

BAB 1 : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangannya di Indonesia, pariwisata merupakan objek utama yang di tuju oleh para generasi “Z “ sebagai tujuan refreshing melepas penat setelah sekian hari bekerja. Pariwisata adalah kegiatan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain (Spillane : 1982). Dalam dewasa kali ini, banyak orang menjadikan pariwisata sebagai hobi mereka, menjadikan pariwisata sebagai suatu kegiatan yang menyenangkan dan rutin harus dilakukan sebagai bagian dari menambah wawasan ilmu pengetahuan, menambah wawasan budaya akan keanekaragaman suku dan budaya yang ada. Pariwisata juga banyak digunakan oleh kalangan orang sebagai penghilang rasa stres dan dapat memberikan efek relaksasi bagi sebagian orang khususnya orang-orang perkotaan yang merindukan dan mencari keasrian alam setelah sibuk dengan berbagai aktifitasnya di kota.

Chotimah dan Wahyudi (2019) mengungkapkan bahwa Pariwisata merupakan sektor penting dari pembangunan ekonomi tidak hanya berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan negara dan daerah tetapi juga meningkatkan pembangunan sektor jasa terutama dibidang wisata. Dalam era globalisasi dan pasar bebas ini, sektor pariwisata dituntut untuk mampu bersaing dan berkesinambungan di taraf internasional. Dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan, pemerintah melakukan beberapa tindakan dengan menambah intensitas promosi dan komunikasi terhadap pangsa pasar dan disertai dengan

peningkatan kualitas produk kepariwisataan. Peningkatan pasar pariwisata yang kompetitif, membuat pariwisata antar daerah bersaing .

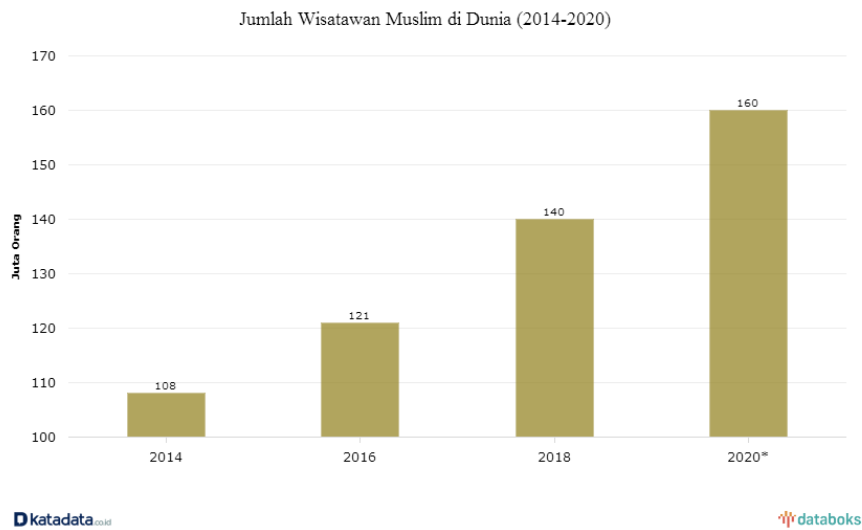
Pariwisata sebagai salah satu industri jastaterbesar di dunia dan salah satu sektor ekonomiyang sangat strategis dalam menimbulkandampak berganda (*multiflier effect*), baik secara langsung maupun tidak langsung, sehinggamemberikan keuntungan dalam meningkatkandevisa sebuah negara. Dengan demikian, daerah-daerah mempunyai peluang cukup besar untuk memperkenalkan potensi pariwisata yang dimilikinya sehingga dapat menarik kunjungan wisata baik lokal maupun manca negara (Suradnya, 2008).

.Namun pariwisata yang dimaksud di atas tidak harus dilakukan di mancanegara, pariwisata dalam negeri pun tidak kalah menarik dijadikan sebagai tujuan dari pariwisata dengan berbagai keindahan alamnya dan berbagai keanekaragaman suku dan budayanya.Indonesia merupakan Negara yang memiliki keanekaragaman suku dan budaya dimana Indonesia memiliki berbagai macam agama seperti agama Islam, Hindhu, Budha, Katolik, Protestan, dan KongHuCu. Namun mayoritas penduduk Indonesia adalah pemeluk agama Islam. Dapat dilihat dari hasil sensus tahun 2010 oleh BPS bahwa 87,18% dari 237.641.326 penduduk Indonesia adalah beragama Islam, 6,96% Protestan, 2,9% Katolik, 1,69% Hindu, 0,72 Budha, 0,05% KongHuCu, 0,13% agama lainnya dan 0,3% tidak terjawab atau tidak ditanyakan (id.wikipedia.org). selain memilik ragam suku dan budaya, Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam yang harus dikembangkan secara maksimal, termasuk dalam sektor pariwisata. Salah satu sektor pariwisata yang harus dikembangkan adalah *halal tourism*. *Halal tourism* dapat didefinisikan sebagai berbagai macam kegiatan

wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan Masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah (Astini 2015).

Di Indonesia *halal tourism* sudah mulai berkembang, hal ini bisa terjadi karena semakin banyaknya wisatawan yang mulai meminati *halal tourism*. Indonesia memiliki banyak wisata alam yang bernuansakan syariah seperti situs-situs peninggalan kerajaan Islam dan pusat Pesantren Islam. Di tahun 2016 tepatnya tanggal 20 Oktober lalu Indonesai berhasil meraih penghargaan dibidang pariwisata. Indonesia berhasil mendapatkan penghargaan *The Word Halal Travel Awards 2016* yang diumumkan di *The Emirates Palace Ballroom*, Abu Dhabi. Indonesia mendapatkan nominasi penghargaan kategori *WorldHalal Best Halal Honeymoon* (pulau Lombok), dengan pencapaian tersebut Kementrian Pariwisata Indonesai (KEMENPAR) mulai melihat beberapa daerah yang berpotensi untuk dijadikan sebagai salah satu destinasi *halal tourism* di Indonesia. Daerah tersebut antara lain, Bali, Lombok, Jawa Timur, Jawa Tengah, Sumatra Barat, Sulawesi Selatan. Tingginya potensi pasar *halal tourism* terlihat dari jumlah wisatawan muslim yang terus meningkat, sebagaimana tabel di bawah.

Gambar 1.1 Grafik Kenaikan Wisatawan Muslim



Sumber : *MasterCard International, Crescentrating*

Namun salah satu daerah yang kini mulai mengembangkan dirinya sebagai daerah dengan *Halal Tourismnya* adalah Kabupaten Banyuwangi yang 2 tahun terakhir tepatnya tanggal 17-22 Oktober 2017 lalu telah didestinasikan sebagai tempat wisata dengan *halal tourismnya*, tepatnya berada di Pantai Santen Kabupaten Banyuwangi. Banyuwangi sebenarnya memiliki berbagai macam destinasi pariwisata, mulai dari pegunungan, hutan, dan pantai yang indah dan pulau Santen yang kini telah dikenal sebagai *halal tourism* adalah salah satu destinasi pariwisata yang ada di Kabupaten Banyuwangi.

Adapun beberapa pertimbangan Pemerintahan Kabupaten Banyuwangi memilih untuk mengembangkan pulau Santen sebagaimana tabel di bawah ini.

Tabel 1.1 Alasan Pemerintah Banyuwangi Mengembangkan Pantai Santen

No.	Alasan Pemerintah Mengembangkan Pulau Santen	Keterangan
1.	Lokasi yang dekat dengan pusat kota	Pemerintah ingin membuat pantai unik yang berdekatan dengan kota sehingga mudah dijangkau oleh wisatawan.
2.	Pantai yang kotor dan tidak terawat tetapi memiliki potensi yang baik	Pulau Santen memiliki pemandangan pantai yang terbilang bagus, tetapi sangat kotor karena tidak ada Masyarakat yang peduli sehingga pantainya tidak terawat dengan baik.
3.	Membuat lapangan kerja baru serta meningkatkan perekonomian Masyarakat yang ada di daerah sekitar	Desa Karangrejo yang dulunya merupakan perkampungan kumuh dan Masyarakatnya yang hanya berprofesi sebagai nelayan membuat daerah tersebut semakin dinilai buruk oleh Masyarakat dan wisatawan.
4.	Citra destinasi yang sangat buruk pada pulau Santen	Karena dekat dengan lokasi, yang kemudian tempat dijadikan anak muda berbuat tidak sopan menyebabkan citra Pulau Santen menjadi buruk.

Sumber : Jurnal Puspita dan Sunarti (2017)

Tabel di atas diungkapkan dalam penelitian Puspita dan Sunarti (2017) menyatakan pemerintah Kabupaten Banyuwangi berhasil merubah *Destination Image* wisata Pulau Santen yang semula sangat negatif menjadi positif.

Menurut Lasaroeddin (2018) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif *Destination Image*, *Trip Quality*, *Perceived Value* terhadap kepuasan para wisatawan agar kembali mengunjungi. Terbentuknya *halal tourism* dapat dipengaruhi oleh berbagai variabel dalam memaksimalkan konsep syariah pada *halal tourism*. Penelitian yang dilakukan Astini dan Sulistiyowati (2015) bahwasannya variabel *Travel Motivation* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung, sedangkan variabel *Destination Image* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Oleh karena itu, hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat dua variabel bebas yang mendukung hipotesis dan satu variabel yang tidak mendukung hipotesis.

Dalam perkembangan variabelnya, peneliti berusaha mengkombinasikan penelitian-penelitian sebelumnya menjadi suatu penelitian kebaruan dalam dunia *halal tourism* di Indonesia. Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk meneliti tentang Pengaruh *Destination Image* Dan *Islamic Value* Terhadap *Perceived Value* Dan *Satisfaction* (Survey Pada *Moslem Tourist Of Halal tourism Di Banyuwangi*).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan pembahasan masalah tersebut di atas, maka penelitian ini dapat peneliti rumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *Destination Image* (X_1) berpengaruh terhadap *Perceived Value* (Y_1) di *halal tourism* Banyuwangi?
2. Apakah *Destination Image* (X_1) berpengaruh terhadap *Satisfaction* (Y_2) di *halal tourism* Banyuwangi?
3. Apakah *Islamic Value* (X_2) berpengaruh terhadap *Perceived Value* (Y_1) di *halal tourism* Banyuwangi?
4. Apakah *Islamic Value* (X_2) berpengaruh terhadap *Satisfaction* (Y_2) di *halal tourism* Banyuwangi?
5. Apakah *Perceived Value* (Y_1) berpengaruh terhadap *Satisfaction* (Y_2) di *halal tourism* Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah *Destination Image* (X_1) berpengaruh terhadap *Perceived Value* (Y_1) di *halal tourism* Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui apakah *Destination Image* (X_1) berpengaruh terhadap *Satisfaction* (Y_2) di *halal tourism* Banyuwangi.
3. Untuk mengetahui apakah *Islamic Value* (X_2) berpengaruh terhadap *Perceived Value* (Y_1) di *halal tourism* Banyuwangi.
4. Untuk mengetahui apakah *Islamic Value* (X_2) berpengaruh terhadap *Satisfaction* (Y_2) di *halal tourism* Banyuwangi.
5. Untuk mengetahui apakah *Perceived Value* (Y_1) berpengaruh terhadap *Satisfaction* (Y_2) di *halal tourism* Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk

a. Bagi Perusahaan

1. Memberikan sumbangsih ilmu dibidang manajemen pemasaran terutama yang berhubungan dengan *halal tourism* terhadap pemerintahan daerah Banyuwangi sebagai bahan evaluasi terkait bidang kepariwisataan.
2. Penelitian ini juga berguna untuk pengambil keputusan *stakeholder* dan Pemerintahan Daerah dalam hal peningkatan *perceived value* dan *satisfaction* di *halal tourism* Banyuwangi sebagai potensi lokal daerah.

b. Bagi Akademisi

1. Sebagai kajian ilmu pengetahuan terkait *halal tourism* bagi beberapa akademisi dan berguna sebagai rujukan penelitian untuk disempurnakan dikemudian hari.
2. Sebagai sumbangsih penelitian dibidang *marketing* di Universitas sebagai acuan dan dasar penelitian yang dilakukan oleh angkatan setelahnya.