

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial sudah merupakan fitrah yang ditetapkan oleh Allah SWT membutuhkan interaksi sosial dengan manusia lain sebagai bentuk sosialisasi, salah satunya melalui kegiatan ekonomi. Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari tentang pemenuhan kebutuhan hidup manusia, baik yang bersifat primer, sekunder dan tersier.<sup>1</sup> Perkembangan ekonomi di Indonesia didukung oleh berbagai sektor. Salah satunya adalah sektor pariwisata yang memiliki potensi sangat besar karena Indonesia memiliki berbagai tempat-tempat menarik sebagai destinasi pariwisata. Karena banyaknya destinasi wisata di Indonesia maka perusahaan pengembang destinasi wisata harus memenangkan persaingan dengan menanamkan unsur loyalitas pada diri wisatawan agar wisatawan dapat setia untuk berkunjung kembali bahkan merekomendasikan destinasi wisata yang telah dikunjungi ke orang lain.<sup>2</sup> Kegiatan pariwisata dilakukan oleh

---

<sup>1</sup> Skousen, M, Teori-Teori Ekonomi Modern, Prenada Media: Jakarta, 2005, h. 95.

<sup>2</sup> Andreas, Tunjungsari Karunia Hetty, "*Pengaruh Citra Destinasi Dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Wisatawan Melalui Kepuasan Wisatawan*", Jurnal

individu atau sekelompok orang yang mengunjungi suatu lokasi dengan tujuan pengembangan diri, rekreasi atau menikmati daya tarik wisata.<sup>3</sup>

Kegiatan wisata menjadi bagian esensial dalam kehidupan sehari-hari. Wisata biasa dilakukan sebagai bentuk pemuasan diri atau sekedar menghabiskan waktu luang. Salah satu jenis wisata yang sedang berkembang saat ini adalah wisata halal. Fenomena meningkatnya pertumbuhan wisatawan muslim memberi segmentasi baru bagi sektor pariwisata dan mempengaruhi industri pariwisata secara global.<sup>4</sup> Wisata halal menjadi hal yang *trendi* di Indonesia dan menjadi sektor yang memiliki nilai potensial sebagai penyumbang devisa negara. Berdasarkan data *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) hingga 2018, wisata halal Indonesia berada di posisi ke 2 dunia sebagai destinasi wisata halal. Wisata halal Indonesia juga telah memperoleh tiga penghargaan pada *World Halal Tourism Award* (WHAT) pada tahun 2015 di

---

Manajerial dan Kewirausahaan, (Universitas Tarumanagara Jakarta, Januari 2019), Vol. 1 No. 1, h. 54-63.

<sup>3</sup> Aula Nurul Ma'rifah, M. Nesor, & Erike Anggraeni, "Halal Tourism in Indonesia (Case Study of Domestic Tourists)", *Jurnal Ekonomi Islam*, Mei 2020, Vol 11, No. 1, h. 54-63.

<sup>4</sup> Partiwi Ratna Saroya, dkk, "Strategi Komunikasi Dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung", *Jurnal Kajian Komunikasi*, (Universitas Padjadjaran, Juni 2018), vol 6, No.1, h. 79

Abu Dhabi yang diwakili Provinsi Nusa Tenggara Barat, Aceh, dan Sumatera Barta.<sup>5</sup>

10 Besar Rangkings Negara Anggota IOC  
Destinasi Wisata Halal Dunia Tahun 2019

No	Negara	Skor Indeks	Rangkings GMTI 2019	Perubahan Rangkings dari 2018
1	Malaysia	78	1	Tetap
2	Indonesia	78	1	Naik 1
3	Turki	75	3	Naik 1
4	Saudi Arabia	72	4	Naik 1
5	Uni Emirat Arab	71	5	Turun 3
6	Qatar	68	6	Tetap
7	Maroko	67	7	Naik 3
8	Bahrain	66	8	Tetap
9	Oman	66	8	Naik 1
10	Brunei	65	10	Naik 1

Sumber: GMTI, 2019

Gambar 1.1 Peringkat 10 Besar Negara Anggota IOC Destinasi

#### Wisata Halal Dunia Tahun 2018 dan 2019

Nusa Tenggara Barat atau Lombok memperoleh peringkat pertama karena destinasi wisata halal telah dibangun dengan terencana oleh pemerintah daerah. Hasil yang diperoleh pada tahun 2019 Nusa Tenggara Barat memperoleh penghargaan *The World's Best Halal Award*, dengan tiga kategori penghargaan sekaligus yaitu *World Best Halal Beach Resort*, *World's Best Halal Honeymoon Destination*, dan *World's Best Halal Travel Website*.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Supaijo & Deki Fermansyah. "The Perception of Muslim Millennial Traveler's Towards Halal Tourism." *Journal of Islamic Business and Economic Review*, 2019, Vol. 2, No.1, h. 43-51.

<sup>6</sup> Satya Laksana, "Wisata Halal Bagian-2: Peluang Indonesia dan Tantangan Pandemi", melalui link <https://birokratmenulis.org/wisata-halal-bagian-2-peluang-indonesia-dan-tantangan-pandemi/>, diakses pada 26 Juli 2023 pukul 10.15 WIB.

Pada tahun 2019, Indonesia ditetapkan sebagai peringkat pertama destinasi wisata halal (*halal tourism*) terbaik di dunia standar *Global Muslim Travel Index* (GMTI) yang mengguguli 130 destinasi wisata halal seluruh dunia. *Mastercard-Crescent* menempatkan Indonesia sebagai peringkat pertama standar *Global Muslim Travel Index* (GMTI) dengan skor 78 setara dengan Malaysia. Indonesia terus mengalami peningkatan dari peringkat 6 ditahun 2015, peringkat 4 ditahun 2016, peringkat 3 ditahun 2017, peringkat 2 ditahun 2018 dan ditahun 2019 memperoleh peringkat pertama.<sup>7</sup>



Gambar 1.2 Lima Besar Global Muslim Travel Index 2019

<sup>7</sup> Andrian W. Finaka dkk, "Indonesia Raih Peringkat Pertama Wisata Halal Dunia 2019" melalui link <https://indonesiabaik.id/infografis/indonesia-raih-peringkat-pertama-wisata-halal-dunia-2019>, diakses pada 26 Juli 2023 pukul 10.55 WIB.

*Sumber: indonesiabaik.id*<sup>8</sup>

*Trend* wisata halal sebagai salah satu pemenuhan gaya hidup saat ini telah menjadi kekuatan pariwisata dunia yang mulai berkembang pesat. Kehadiran sebuah paket perjalanan yang mengacu pada aturan hidup umat islam,, baik sisi adab perjalanan, tujuan wisata, akomodasi dan makanan yang akan dikonsumsi tanpa mengurangi kebutuhan atau kenyamanan wisatawan non-Muslim.<sup>9</sup> Terminologi wisata halal menggunakan beberapa nama yang cukup beragam diantaranya *Islamic Tourism, Halal Friendly Tourism Destination, Halal Travel, Muslim-Friendly Travel Destination, Halal Lifestyle*, dan lain-lain. Pariwisata halal dipandang sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islam. Sebagai konsep baru di dalam industri pariwisata tentunya wisata halal memerlukan pengembangan lebih lanjut serta pemahaman yang lebih komprehensif terkait kolaborasi nilai-nilai keIslaman

---

<sup>8</sup> Andrean W. Finaka, dkk, “Indonesia Raih Peringkat Pertama Wisata Halal Dunia 2019”, dikutip dari <https://indonesiabaik.id/infografis/indonesia-raih-peringkat-pertama-wisata-halal-dunia-2019>, pada tanggal 17 Agustus 2023, pukul 12.08 WIB.

<sup>9</sup> Intan Shafina Suid, Nor Ashikin Mohd Nor, and Hamimi Omar, *A Review on Islamic Tourism and the Practical of Islamic Attributes of Destination in Tourism Busines*, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 2017, Vol. 7, No. 12, hal. 255.

yang disematkan di dalam kegiatan pariwisata.<sup>10</sup> Allah SWT menciptakan segala hal yang ada dimuka bumi ini semata-mata untuk memenuhi kebutuhan hidup seluruh makhluk-Nya serta mensejahterakan seluruh umat-Nya.

Konsep wisata halal adalah sebuah proses pengintegrasian nilai-nilai keIslaman kedalam seluruh aspek kegiatan wisata. Nilai syariat Islam sebagai suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut umat Muslim menjadi acuan dasar dalam membangun kegiatan pariwisata. Wisata halal mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat muslim di dalam penyajiannya mulai dari akomodasi, restoran, hingga aktivitas wisata yang selalu mengacu kepada norma-norma keIslaman. Konsep wisata halal merupakan aktualisasi dari konsep keIslaman dimana nilai-nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utama, hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus menjadi acuan bagi setiap pelaku pariwisata.<sup>11</sup> Konsep wisata halal dapat juga diartikan sebagai kegiatan wisata yang berlandaskan ibadah dan dakwah di saat wisatawan Muslim dapat berwisata serta

---

<sup>10</sup> Triatmo, Agus Wahyu. *"Epistimologi Ilmu Pariwisata Syariah di Indonesia* (UIN RM Said Surakarta: Kajian Fenomenologi, 2018), h. 31.

<sup>11</sup> Fitriana, Wiwit Denny. *"Digitalisasi Kuliner dan Wisata Halal Daerah Jombang Melalui Aplikasi "Jombang Halal Tourism".*" Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, 2018, Vol. 5 No.2, h. 108-116.

mengagungkan hasil penciptaan Allah SWT dengan tetap menjalankan kewajiban sholat wajib sebanyak lima kali dalam satu hari dan semua ini terfasilitas dengan baik serta menjahui segala yang dilarang olehnya.<sup>12</sup>

*Perceived Value* adalah perbedaan antara perspektif wisatawan terhadap semua manfaat dan semua biaya dari suatu penawaran dan alternatif yang dirasakan. *Perceived Value* berhubungan dengan penilaian keseluruhan wisatawan terhadap apa yang mereka terima dengan apa yang mereka berikan, apakah sesuai atau tidak.<sup>13</sup> Ketersediaan makanan dan minuman halal sangat penting untuk destinasi yang menargetkan wisatawan Muslim. Agama mempengaruhi parameter pasar dan sebagai konsekuensinya, kegiatan dari pasar dan sistem pemasaran. Maka dapat disimpulkan bahwa agama mempengaruhi orang ketika memilih produk dan layanan tertentu. Wisata halal dapat dianggap sebagai dari gabungan kebiasaan konsumen dan gaya hidup Islam. Di mana umat Muslim tentu berharap akan dapat menemukan

---

<sup>12</sup> Marzatilla, *Peran Wisata Syariah Taman Bunga Celocia terhadap Tingkat Pendapatan Masyarakat (Studi Kasus: Desa Alue Pit Kecamatan Panga Kabupaten Aceh jaya)*, Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2021, h. 28

<sup>13</sup> Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, "*Manajemen Pemasaran*", (Jakarta: PT Indeks, 2008). h. 37.

tempat wisata yang dapat memenuhi harapannya, misalnya menyediakan makanan dan minuman yang halal, menyediakan fasilitas untuk sholat, menjaga kebersihan fasilitas ibadah, dan beberapa alasan lain yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan beribadah maupun syariah. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata syariah adalah sama dengan produk, jasa, objek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah. Jadi pariwisata syariah tidak terbatas hanya pada wisata religi.<sup>14</sup>

Ada hubungan yang kuat antara tingkat kesadaran diantara pelanggan dengan konsep halal itu sendiri. Kesukaan atau ketidaksukaan konsumen sangat dipengaruhi oleh komitmen keagamaan mereka. Makanan halal penting untuk memenuhi prinsip-prinsip Islam tentang kesehatan, kebersihan, dan kualitas.<sup>15</sup> Seiring waktu, industri halal berkembang di luar sektor makanan dan memunculkan permintaan produk non-makanan yang sesuai dengan hukum Islam. Prinsip halal jika diterapkan pada operasi

---

<sup>14</sup> Faizul Abrori, *Pariwisata Halal dan Peningkatan Kesejahteraan*, Literasi Nusantara, 2021, h. 46

<sup>15</sup> Wildan Aminatus Sholikhah, *Pengaruh Orientasi Religiusitas Terhadap Intensi Membeli Makanan Halal Pada Mahasiswa Muslim Universitas Muhammadiyah Malang*, Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang, 2018, h. 13.



hotel akan terkait dengan sikap positif tamu untuk merasa senang menghabiskan waktu dan liburan mereka di hotel halal.<sup>16</sup>

Kualitas daya tarik merupakan faktor utama dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata. Kurangnya spesialisasi atau daya tarik membuat wisatawan enggan berkunjung kembali. Jaminan keselamatan juga merupakan faktor utama yang menentukan tumbuh dan berkembangnya destinasi wisata.<sup>17</sup> Mengelola industri pariwisata dengan baik dan profesional maka memerlukan kajian mendalam, wisatawan adalah sumber dari pendapatan yang harus dilayani dengan baik agar wisatawan senang dan nyaman. Sejak 2021 Pemerintah Provinsi Banten memiliki target supaya banten masuk kedalam peringkat 10 besar destinasi pariwisata yang ramah muslim.<sup>18</sup>

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Perceived Value***

---

<sup>16</sup> Diny Duratul Ummah, *Strategi Koperasi Pondok Pesantren dalam Membudayakan Gaya Hidup Halal pada Makanan di Pesantren Putri Miftahul Ulum Banyuputih Kidul Lumajang*, Skripsi UIN Kiai Haji Ahmad Siddiq Jember, 2022, h. 16.

<sup>17</sup> Hary Hermawan, *Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan: Studi Community Based Tourism Di Gunung Api Purba Nglanggeran*, *Media Wisata*, 2017, Vol 15, No. 1, h. 562.

<sup>18</sup> Syahrizal, Machmud. *Wisata Halal Di Banten: Perkembangan, Peluang Dan Tantangan Halal Tourism In Banten*. *Dynamic Management Journal*, 2021, Vol 5, No. 2, h. 43-57.

## **terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi Kasus pada Kawasan Wisata Halal Baduy Outbound”.**

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka untuk mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian ini, oleh karena itu penelitian merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Kehalalan tempat wisata kurang diperhatikan, semua orang hanya tertarik pada keindahan dan kenyamanan yang ada dalam tempat wisata.
2. Anggapan mengenai wisata halal bukanlah pangsa pasar yang besar, sehingga masih kurangnya upaya untuk meningkatkan wisata halal masih belum maksimal.
3. Wisata halal bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar dari wisatawan Muslim, seperti tempat pariwisata yang sudah memenuhi aturan Islam, menyediakan makanan dan minuman halal, tempat ibadah dan fasilitas yang sesuai dengan aturan Islam. Mayoritas penduduk yang Muslim masih belum menyadari seberapa pentingnya wisata halal sebagai destinasi

wisata mereka karena masih banyak tempat wisata yang kurang peduli mengenai fasilitas yang dianggap halal itu seperti apa.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, peneliti membuat batasan masalah dengan maksud mempermudah penelitian dalam memahami fokus masalah yang dikaji. Batasan masalah yang dimaksud adalah *Perceived Value* sebagai variable bebas dan Loyalitas Wisatawan sebagai variable terikat. Penelitian ini dilakukan di Kawasan Wisata Baduy Outbound di Jl. Raya Serang Pandeglang KM-14, Kp. Pasir Kidul, Desa Sukamanah, Kec. Baros, Kabupaten Serang, Banten.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti membuat rumusan masalah yaitu :

1. Apakah *Perceived Value* berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan?

2. Seberapa besar pengaruh *Perceived Value* terhadap Loyalitas Wisatawan?

### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *Perceived Value* berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan.
2. Untuk mengetahui berapa besar pengaruh *Perceived Value* terhadap Loyalitas Wisatawan.

### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun yang menjadi manfaat/signifikansi penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu berbentuk teoritis dan berbentuk praktis:

1. Manfaat/Signifikansi Teoritis

Pengetahuan tentang ekonomi Islam sangat penting untuk dipelajari, terutama dalam dunia bisnis dan pariwisata. Salah satu aspek penting dalam ekonomi Islam adalah *Perceived Value* atau nilai yang dirasakan oleh pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

Dalam industri pariwisata, pengaruh *Perceived Value* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan sangatlah penting, karena tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan yang tinggi dapat memperkuat bisnis dan meningkatkan kinerja perusahaan. Dalam penelitian ini, penulis berusaha untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang ekonomi Islam khususnya tentang pengaruh *Perceived Value* terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan berwisata. Hasil penelitian ini dapat dijadikan titik tolak bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dapat menghasilkan pemikiran baru dalam bidang ekonomi Islam. Dengan begitu, penelitian ini dapat dilakukan secara berkeimbangan dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi dunia bisnis dan pariwisata.

## 2. Manfaat/Signifikansi Praktis

Untuk memberikan inspirasi dan kreatifitas bagi pada pengusaha bidang wisata agar dapat mengembangkan bisnis pariwisata dengan memanfaatkan konsep syariah yang sesuai dengan ajaran agama Islam serta untuk menjadi bahan

pertimbangan dalam memperluas jaringan inovasi wisata halal.

Menerapkan konsep syariah, pengusaha bidang wisata dapat menarik wisatawan yang mencari pengalaman wisata yang halal dan sesuai dengan nilai-nilai agama Islam. Selain itu, pengusaha bidang wisata juga harus memperluas jaringan inovasi wisata halal agar dapat bersaing dengan bisnis pariwisata yang lain dan dapat memenuhi kebutuhan wisatawan muslim yang semakin meningkat. Dalam hal ini, pengusaha bidang wisata dapat berkolaborasi dengan pihak-pihak terkait dalam mengembangkan bisnis pariwisata yang halal dan berkelanjutan.