

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor yang sangat kompetitif dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara (Lubis et al., 2022). Saat ini banyak terdapat inovasi dan konsep baru di sektor pariwisata seperti pariwisata halal yang dijalankan oleh negara Muslim maupun non-Muslim. Bahkan menurut Battour, Pariwisata Halal adalah bidang penelitian baru yang bertujuan untuk membuat destinasi pariwisata yang dapat dinikmati oleh seluruh wisatawan, baik muslim maupun non-muslim (Battour & Ismail, 2016). Salah satu tujuan Pariwisata Halal adalah untuk meningkatkan daya saing industri pariwisata karena potensi pasar pariwisata halal sangat pesat (Jaelani, 2017).

Berdasarkan Laporan *World Travel & Tourism Council* (WTTC, 2020) sektor pariwisata pada tahun 2019 berkontribusi terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) global sebesar 10,3%, total ekspor global sebesar US\$ 8,9 triliun, dan berpeluang menciptakan 330 juta lapangan pekerjaan. Sektor pariwisata secara global turut berkontribusi terhadap variabel makro seperti GDP, pertumbuhan ekonomi, dan pengurangan jumlah pengangguran. Perkembangan tersebut juga mendorong munculnya konsep pariwisata halal sebagai alternatif pilihan bagi wisatawan. Pariwisata halal tercatat mengalami pertumbuhan yang cukup pesat mencapai rata-rata 27% per tahun 2019 dibandingkan pariwisata konvensional yang hanya sekitar 6,4% (Komite Nasional dan Keuangan Syariah, 2020).

Menurut Ketua Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal, Anang Susanto mengatakan bahwa Perkembangan pariwisata halal (ramah Muslim) saat ini telah memasuki fase pasar global dimana menyebabkan kebutuhan untuk mengembangkan destinasi pariwisata yang ramah wisatawan Muslim menjadi suatu keniscayaan. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi tujuan wisata utama bagi wisatawan muslim. Sejak diperkenalkannya pariwisata halal pada tahun 2014, Indonesia telah mencapai peringkat terbaik dalam hal daya saing pariwisata dunia

versi GMTI 2019. Hingga tahun 2018, pasar pariwisata halal Indonesia tumbuh sebesar 15% dengan jumlah kunjungan lebih dari 2,8 juta wisatawan muslim mancanegara dan pendapatan devisa lebih dari 30 trilyun. Kementerian Pariwisata meyakini bahwa kekuatan pariwisata halal Indonesia terletak pada kesiapan destinasi untuk menjadi tujuan kunjungan wisatawan Muslim global yang mampu memenuhi kebutuhan spesifik mereka pada saat melakukan perjalanan wisata (Komite Nasional dan Keuangan Syariah, 2020).

Indonesia memiliki potensi wisata yang tidak kalah menarik bagi wisatawan Muslim. Destinasi wisata Indonesia menawarkan keindahan dan kelestarian alam, keberagaman budaya yang unik, dan destinasi berkualitas kelas dunia. Kekuatan lainnya adalah dukungan pemerintah daerah yang tinggi terhadap perkembangan pariwisata halal. Pemerintah daerah telah menyediakan fasilitas penunjang seperti perbaikan infrastruktur jalan/akses menuju destinasi wisata, akomodasi, transportasi, pusat souvenir dan pengembangan destinasi wisata yang ramah Muslim (Komite Nasional dan Keuangan Syariah, 2020).

Berikut adalah potensi wisata halal di Jawa Barat dalam indikator ACES menurut GMTI (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, 2022):

Potensi wisata halal di Jawa Barat dari aspek *accessibilities* terlihat cukup besar karena Jawa Barat memiliki infrastruktur transportasi yang lengkap, seperti bandara, pelabuhan, stasiun kereta api, dan jalan tol yang memudahkan akses ke objek wisata halal di seluruh wilayah provinsi. Selain itu, terdapat juga transportasi umum yang cukup lengkap dan murah, seperti bus, angkutan kota, dan taksi online, yang memudahkan wisatawan untuk bergerak dari satu tempat wisata halal ke tempat wisata halal lainnya di Jawa Barat.

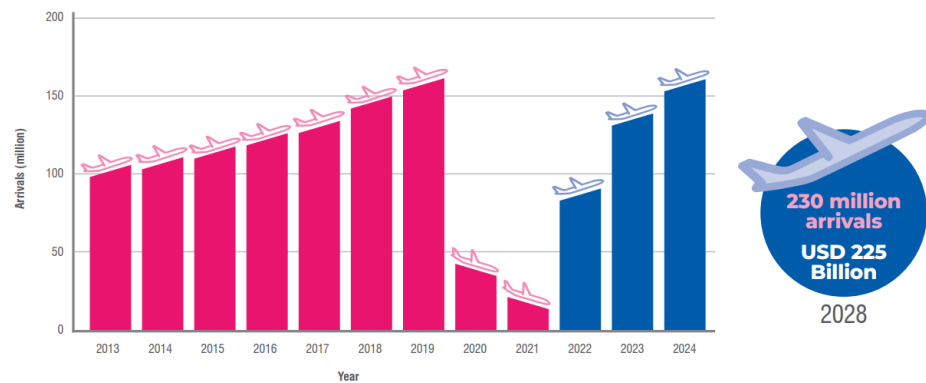
Potensi wisata halal di Jawa Barat dari aspek *communication* dapat dilihat dari adanya peningkatan informasi dan promosi mengenai wisata halal di Jawa Barat, baik di media massa maupun di internet. Selain itu, pemerintah dan pelaku pariwisata juga semakin aktif dalam mengembangkan website dan aplikasi pariwisata yang memudahkan wisatawan untuk menemukan informasi mengenai objek wisata halal di Jawa Barat. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung ke Jawa Barat.

Potensi wisata halal di Jawa Barat dari aspek environment terlihat cukup besar karena Jawa Barat memiliki alam yang indah dan masih alami. Selain itu, terdapat pula objek wisata halal yang ramah lingkungan, seperti wisata alam dan wisata edukasi lingkungan yang menawarkan keindahan alam sambil mempromosikan pelestarian lingkungan. Potensi ini dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan muslim yang peduli dengan lingkungan dan ingin menikmati keindahan alam.

Potensi wisata halal di Jawa Barat dari aspek service masih perlu ditingkatkan karena masih banyak kekurangan dalam hal kualitas pelayanan. Namun demikian, beberapa objek wisata halal di Jawa Barat sudah mulai meningkatkan kualitas pelayanan mereka, seperti melatih sumber daya manusia di bidang pariwisata halal, memberikan informasi mengenai produk halal yang tersedia, dan menyediakan layanan khusus bagi wisatawan muslim, seperti tempat ibadah, makanan halal, dan sebagainya.

Secara umum, kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia meningkat dari 9% pada tahun 2014 menjadi 15% pada tahun 2020. Selain itu, pariwisata juga menjadi penyumbang lapangan kerja yang signifikan dan memberikan dampak positif pada angka penyerapan tenaga kerja, dari 11 juta pada tahun 2014 menjadi 13 juta pada tahun 2020. Indeks daya saing pariwisata juga meningkat dari peringkat ke 70 pada tahun 2014 menjadi peringkat 30 pada tahun 2020. Jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia juga meningkat drastis, dari 9,4 juta wisatawan pada tahun 2014 menjadi 20 juta wisatawan pada 2020.

Potensi kontribusi pariwisata di Indonesia sangat besar, sehingga mampu memberikan dampak positif bagi seluruh sektor ekonomi. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata halal diperlukan untuk meningkatkan kontribusi ini dan menarik minat wisatawan mancanegara. Pariwisata Halal merupakan salah satu sektor industri halal yang menjadi alternatif bagi industri pariwisata di Indonesia yang menjadi trend bagi industri ekonomi Islam secara global (Jaelani, 2017).



Gambar 1 Proyeksi Pertumbuhan Pasar Perjalanan Muslim

Sumber: (Mastercard-Crescentrating, 2022)

Menurut Mastercard-Crescent Rating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2022, jumlah total pengunjung Muslim mencapai 160 juta pada tahun 2019. Dengan dibukanya perjalanan internasional, diproyeksikan bahwa jumlah pengunjung Muslim akan mencapai 140 juta pada tahun 2023 dan kembali menjadi 160 juta pada tahun 2024. Proyeksi pra-pandemi dari 230 juta kedatangan pada tahun 2026 sekarang akan tercapai hanya pada tahun 2028. Diperkirakan pengeluaran bisa mencapai USD 225 Miliar pada tahun 2028 (GMTI, 2022).

Sebuah lembaga pemeringkat, *Mastercard-Crescent* merilis peringkat destinasi wisata halal terbaik dunia berdasarkan *Global Muslim Travel Index* (GMTI). Pada tahun 2019, Indonesia bersama Malaysia menduduki peringkat teratas dari 130 destinasi wisata halal di seluruh dunia dengan memperoleh skor 78 (Reza, 2020).

Tabel 1 Top 10 Halal Touris Destinations

No	Negara	Skor
1	Malaysia	78
2	Indonesia	78
3	Turkey	75
4	Saudi Arabia	72
5	UAE	71
6	Qatar	68
7	Marocco	67
8	Bahrain	66

Atina Fahma Rosyada, 2023

PENGARUH AKSESIBILITAS, KOMUNIKASI, LINGKUNGAN, DAN PELAYANAN TERHADAP PREFERENSI GENERASI MILENIAL BERKUNJUNG KE DESTINASI WISATA HALAL DI JAWA BARAT

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah
 [www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.ac.id]

9	Oman	66
10	Brunei	65

Sumber: (Mastercard & CrescentRating, 2019)

Keberhasilan Indonesia dalam menjadi destinasi wisata halal terfavorit pada tahun 2019 mencerminkan efektifnya pemanfaatan potensi yang ada (Mastercard-CrescentRating, 2022). Penilaian *Global Muslim Travel Index* meliputi indikator *access* (aksesibilitas), *communication* (komunikasi), *environment* (lingkungan) dan *service* (layanan). Indikator *access* mencakup kemudahan akses wisatawan menuju destinasi wisata, seperti kebijakan visa yang mudah dan transportasi yang memadai. Indikator *communication* mencakup panduan wisata yang jelas dan informasi yang tersedia secara digital. Indikator *environment* mencakup lingkungan yang aman dan bebas dari isu islamophobia. Indikator *service* mencakup pelayanan wisata terbaik untuk memenuhi kebutuhan dasar wisatawan Muslim.

Disebutkan dalam laporan GMTI (2022), bahwa kunjungan wisatawan Muslim menjadi pasar potensial yang diprediksi terus meningkat dari tahun ke tahun. Pertumbuhan pasar wisatawan muslim membuka peluang bagi sektor pariwisata halal. Indonesia sebagai negara Muslim terbesar di dunia juga menjadi pangsa pasar pariwisata halal dunia. Pada tahun 2022, Indonesia menempati peringkat kedua destinasi wisata halal dalam *Global Muslim Travel Index* GMTI (2022), setelah sebelumnya berada di peringkat keempat. Hal ini menunjukkan besarnya potensi dan daya saing wisata halal di Indonesia.

Sebagai bentuk keseriusan dalam pencapaian termasuk memperkuat strategi menghadapi persaingan pariwisata global dalam bidang pariwisata yang semakin ketat. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menetapkan 10 destinasi prioritas pengembangan wisata halal nasional. Destinasi-destinasi tersebut meliputi Nanggroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Kepulauan Riau, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Nusa Tenggara Barat (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2019). Penetapan destinasi tersebut didasarkan pada standar *Global Muslim Travel Index* dan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama nomor 108/DSN-MUI/X/2016. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga memperluas pengembangan melalui kerjasama dengan LPPOM Majelis Ulama

Indonesia dengan membuat regulasi yang memadai termasuk meningkatkan jumlah sertifikasi halal di sektor bisnis pariwisata. Sertifikasi halal diperlukan untuk memberikan kepastian pada wisatawan sebagai konsumen bahwa produk yang mereka konsumsi, termasuk aktivitas wisata telah sesuai dengan prinsip syariah. (Hashim et al., 2014)

Berdasarkan Indonesia Muslim Travel Index tahun 2019, Provinsi Jawa Barat menempati peringkat keenam kategori destinasi pariwisata halal unggulan di Indonesia (Indonesia Muslim Travel Index (IMTI), 2019). Selain itu, Jawa Barat juga terpilih sebagai destinasi atau tujuan wisata halal terfavorit pada Anugerah Syariah Republika (ASR) 2019 dengan mengalahkan 10 besar provinsi lainnya dari total 33 provinsi yang diikutsertakan (Bappeda Jabar, 2019).

Secara keseluruhan, Jawa Barat memiliki potensi yang besar dalam wisata halal dengan aksesibilitas yang baik, kenyamanan yang tersedia dan tempat wisata yang menarik serta memperhatikan kebutuhan wisatawan Muslim (Republika, 2019). Namun dalam dua tahun terakhir terjadi penurunan yang cukup signifikan dalam jumlah kunjungan wisatawan ke Jawa Barat (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat, 2022).

Tabel 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Jawa Barat tahun 2016-2021

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Nusantara	
2016	4.428.094	58.728.666	63.156.760
2017	4.984.035	59.644.070	64.628.105
2018	2.597.455	63.298.608	65.896.063
2019	3.645.433	64.610.832	68.256.265
2020	1.905.213	36.524.515	38.429.728
2021	220.531	47.132.138	47.352.669

Sumber: (BPS Jawa Barat, 2023)

Bahkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Jawa Barat terus menurun. Berdasarkan data tersebut, diperlukan suatu perubahan atau inovasi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi-destinasi Jawa Barat. Menurut (Koranti et al., 2017) dalam (Sari & Yudana, 2019), preferensi wisatawan menjadi hal yang dianggap penting dalam meningkatkan pengembangan pariwisata. Dalam hasil penelitian (Kumar & Nayak, 2019) menunjukkan bahwa terdapat

hubungan positif antara preferensi wisatawan terhadap destinasi wisata, yang dapat dilihat salah satunya dari kunjungan ulang yang dilakukan oleh wisatawan.

Preferensi wisatawan dipengaruhi oleh beragam fasilitas dan aktivitas pariwisata yang memenuhi kebutuhan mereka selama melakukan perjalanan. Preferensi wisatawan menjadi dasar dalam menghitung keinginan dan kebutuhan dalam mengembangkan pariwisata di masa depan (Hassani & Moghavvemi, 2020). Destinasi wisata harus memenuhi kebutuhan wisatawan seperti lokasi yang nyaman, pelayanan yang baik, aksesibilitas yang mudah, fasilitas yang lengkap, dan suasana yang menarik. Standar manajemen pariwisata menjadi fokus penting dalam preferensi wisatawan yang juga akan mempengaruhi keputusan berkunjung. Keputusan berkunjung adalah proses dimana wisatawan melakukan proses penilaian terhadap berbagai alternatif, kemudian memilih satu atau beberapa alternatif yang dibutuhkan berdasarkan pertimbangan tertentu. Wisatawan menentukan keputusan berkunjung berdasarkan kebutuhan dan keinginan mereka yang mempertimbangkan preferensi, hasil dari informasi dan pengalaman wisata (Pohan & Huda, 2021).

Sebuah survei yang dilakukan oleh CrescentRating antara bulan September dan November 2021 terhadap peserta yang berasal dari Malaysia dan Indonesia mengungkapkan bahwa faktor penting yang dipertimbangkan umat Islam saat merencanakan perjalanan adalah ketersediaan layanan yang ramah Muslim. Oleh karena itu, sangat penting bagi destinasi yang berencana menyambut wisatawan Muslim untuk terus mengakomodir kebutuhan umat Islam di Indonesia pengembangan produk. Meningkatnya kesadaran diantara pemangku kepentingan perjalanan di destinasi akan membuat restoran bersertifikat halal, area khusus sholat, dan masjid tersedia di tempat-tempat wisata. (GMTI, 2022).

Menurut laporan GMTI (2018), terdapat tujuh faktor yang menyebabkan pesatnya pertumbuhan sektor pariwisata halal global yakni pertumbuhan jumlah penduduk Muslim, meningkatnya pendapatan kelas menengah, populasi generasi Muslim milenial, meningkatnya akses informasi perjalanan, meningkatnya penyedia jasa perjalanan yang ramah Muslim (*muslim-friendly*), perjalanan pada bulan Ramadhan, dan usaha travel (Masterplan KNEKS, 2018). Sekitar 60% populasi di negara-negara dengan mayoritas Muslim berusia di bawah 30 tahun.

Hal ini mendorong Indonesia untuk fokus pada pasar wisatawan milenial muslim sebagai bentuk dukungan terhadap sektor pariwisata halal di Indonesia (Cupian et al., 2021). Wisatawan muslim milenial merupakan segmen pasar yang mampu mempercepat perkembangan wisata halal, dengan jumlah hampir mencapai 20% dari total wisatawan muslim. Mereka biasanya menghabiskan waktu liburan dua kali hingga lima kali dalam satu tahun untuk berwisata (HalalTrip, 2017).

Berdasarkan hal tersebut, pada penelitian ini peneliti akan menganalisis pengaruh aksesibilitas, komunikasi, lingkungan, dan pelayanan terhadap preferensi wisatawan generasi milenial di Jawa Barat.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Apakah aksesibilitas berpengaruh terhadap preferensi generasi milenial berkunjung ke destinasi wisata halal di Jawa Barat?
2. Apakah komunikasi berpengaruh terhadap preferensi generasi milenial berkunjung ke destinasi wisata halal di Jawa Barat?
3. Apakah lingkungan berpengaruh terhadap preferensi generasi milenial berkunjung ke destinasi wisata halal di Jawa Barat?
4. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap preferensi generasi milenial berkunjung ke destinasi wisata halal di Jawa Barat?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang serta rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk

1. Menganalisis pengaruh aksesibilitas terhadap preferensi generasi milenial berkunjung ke destinasi wisata halal di Jawa Barat
2. Menganalisis pengaruh komunikasi terhadap preferensi generasi milenial berkunjung ke destinasi wisata halal di Jawa Barat
3. Menganalisis pengaruh lingkungan terhadap preferensi generasi milenial berkunjung ke destinasi wisata halal di Jawa Barat
4. Menganalisis pengaruh pelayanan terhadap preferensi generasi milenial

berkunjung ke destinasi wisata halal di Jawa Barat

I.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam dunia akademisi, untuk masyarakat pada umumnya, untuk para stakeholder dan untuk pribadi peneliti khususnya.

1. Dunia Akademisi

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dalam upaya meningkatkan pengembangan wisata halal.

2. Masyarakat

Diharapkan mampu memberikan edukasi dan pemahaman terkait wisata halal. Dengan adanya pemahaman tersebut diharapkan masyarakat mampu memberikan edukasi terhadap orang-orang sekitarnya.

3. Pelaku Usaha (stakeholder)

Dapat memberikan masukan agar menjadi pertimbangan para pengusaha dalam mengembangkan *Tour Travel* mereka. Dan khusus untuk pemerintah agar dapat dijadikan alternatif masukan untuk terus mengembangkan potensi wisata halal ini, baik dari segi aksesibilitas, komunikasi, lingkungan maupun pelayanan.

4. Untuk Peneliti

Menambah wawasan bagi peneliti tentang wisata halal dan memberikan pengalaman peneliti dalam menyusun karya ilmiah dalam penelitian skripsi.