

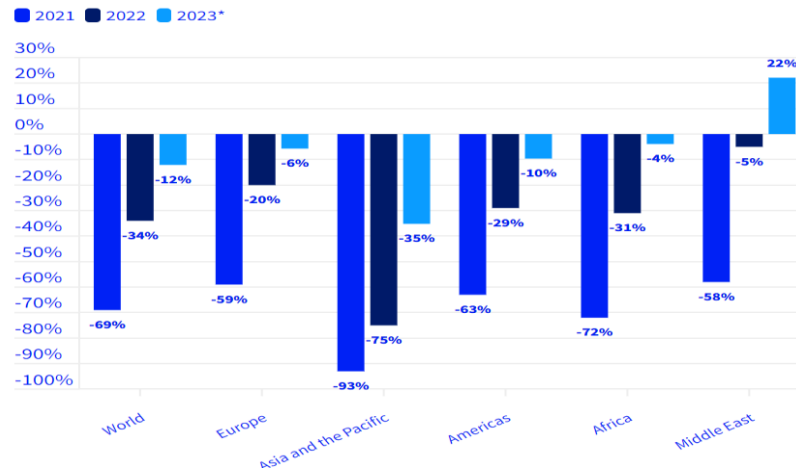
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tren pariwisata global mengalami perkembangan sektor yang sangat signifikan, hal ini dapat dibuktikan dengan data *World Tourism Organization* (2020) yang menggambarkan bahwa terdapat peningkatan pertumbuhan kunjungan wisatawan internasional berupa total capaian perjalanan wisatawan internasional. Pada tahun 2023, *World Travel & Tourism Council* melaporkan bahwa sektor pariwisata dan perjalanan global masih belum dapat pulih sepenuhnya. Namun, sektor ini akan menunjukkan kemajuan secara bertahap. Adapun, sektor pariwisata global menyumbang US\$9,5 triliun pada tahun 2023 produk domestik bruto dunia.

Berdasarkan data yang dilaporkan oleh *United Nations Tourism* sekitar 12.86 juta wisatawan internasional (pengunjung bermalam) tercatat di seluruh dunia pada tahun 2023, meningkat 34% dibandingkan tahun 2022. Pariwisata internasional pulih sebesar 88% dari tingkat sebelum pandemi, didukung oleh tingginya permintaan yang terpendam. Secara relatif, Timur Tengah memimpin pemulihan berdasarkan wilayah, dan menjadi satu-satunya wilayah yang mampu mengatasi tingkat kedatangan sebelum pandemi dengan angka kedatangan sebesar 22% dibandingkan tahun 2019. Eropa mencapai 94% dari tingkat pemulihan sebelum pandemi pada tahun 2023, sementara Afrika pulih sebesar 96% dan Amerika mencapai 90%. Asia dan Pasifik mencapai 65% dari tingkat sebelum pandemi, dengan pemulihan bertahap sejak awal tahun 2023. Berikut ini tren positif kenaikan wisatawan internasional sejak 2019-2023.



Gambar 1. 1 Kedatangan wisatawan internasional (% perubahan vs. 2019)

Sumber: United Nations Tourism

Pertumbuhan kedatangan wisatawan internasional dan penerimaan pariwisata dapat menggerakkan perekonomian destinasi tersebut. Pesatnya perkembangan pasar pada sektor pariwisata mendorong beberapa negara di dunia menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan sebagai upaya menggerakkan perekonomian negara dengan upaya mengembangkan daya saing pariwisata. Pencapaian negara dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (inbound) sangat berpengaruh pada besaran devisa yang diterima oleh negara. Asumsinya, semakin lama inbound menghabiskan untuk berwisata, maka semakin tinggi pengeluaran inbound yang diterima negara tujuan wisata.

Disamping itu, munculnya konsep baru mengenai destinasi Muslim-friendly pada industri pariwisata global membuka peluang baru dan menarik guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Azam et al., 2019; Battour & Nazari Ismail, 2015). Peluang lain juga tercermin pada populasi Muslim yang telah menarik para pebisnis internasional untuk memasuki pasar konsumen Muslim global. Suatu usaha untuk memenuhi aspek fundamental dari kriteria standart halal bagi wisatawan Muslim

merupakan hal yang sangat penting diperhatikan dalam keberhasilan mengembangkan pariwisata halal yakni ketersediaan produk halal bersertifikat dan jasa serta kemudahan fasilitas beribadah baik dari segi kuantitas maupun kualitas (Junaidi, 2020).

Sebuah usaha untuk memenuhi kebutuhan wisatawan juga merupakan definisi pariwisata berkelanjutan yang disampaikan oleh *World Tourism Organization* (UNWTO). Hotel ramah Muslim sekaligus bandara ramah Muslim dapat dipakai sebagai bahan promosi dalam memasarkan destinasi ramah Muslim yang mana hotel tersebut tidak menyediakan minuman beralkohol, daging babi, dan makanan non-halal lainnya (Battour & Ismail, 2016). Berdasarkan data dalam *State of The Global Islamic Economy Report 2019/2020* pengeluaran Muslim di perjalanan naik 2.7% di 2019 dari 189 milyar dolar menuju 194 dolar, kurang dari separuh dari tingkat pertumbuhan 6.8% di tahun sebelumnya. Munculnya pasar Muslim yang melampaui kemajuan pariwisata halal saat ini di destinasi global tertentu membuktikan profitabilitas dan aksesibilitasnya yang tinggi ke beberapa pasar sub-Muslim (yaitu, Asia Tenggara, Timur Tengah) (Han, Al-Ansi, & Kim, 2019; Olya & Al-Ansi, 2018).

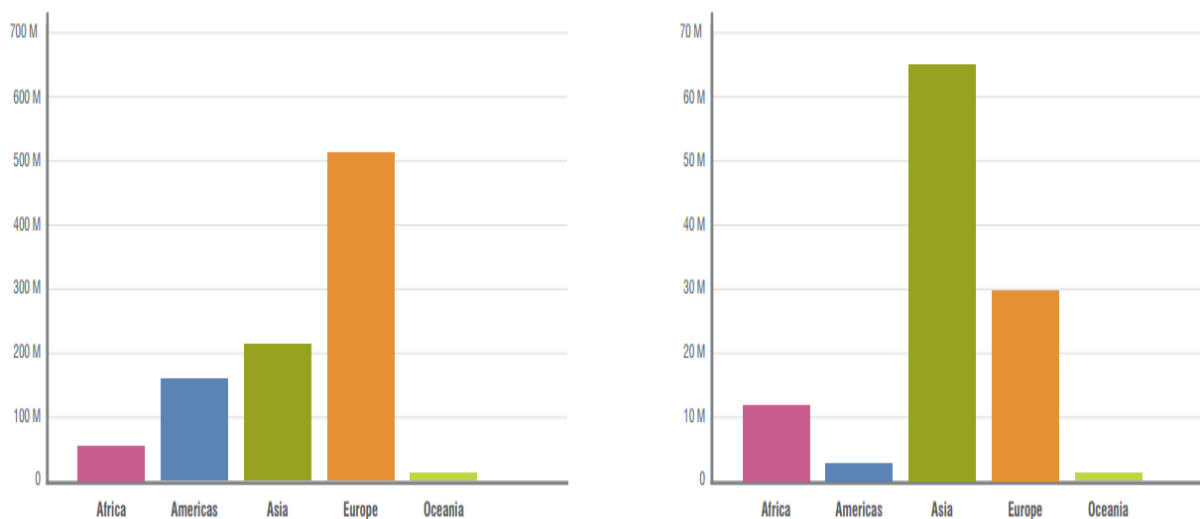
Sejak 2011, CrescentRating pertama kali menerbitkan penelitian mengenai pasar perjalanan wisata halal dengan mengeluarkan peringkat 10 besar destinasi ramah Muslim. Sudah sembilan hasil laporan GMTI yang dirilis secara resmi oleh CrescentRating, yakni tahun 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2021, 2022, dan 2023, dan 2024. Menurut laporan UNWTO tercatat ada sekitar 48 negara yang menjadi bagian dari kawasan Asia&Pasifik. Namun untuk membatasi cakupan penelitian, penulis hanya mencantumkan 10 negara kawasan Asia&Pasifik yang ada pada rilis

GMTI periode 2019 hingga tahun 2024 kecuali tahun 2020 karena tidak dirilis laporan tersebut. Negara-negara kawasan Asia&Pasifik yang digunakan sebagai objek penelitian ini adalah Hongkong, Korea Selatan, Indonesia, Malaysia, Singapura, Thailand, Australia, Fiji, New Zealand, Maldives.

Peneliti mengambil rentang waktu tersebut dengan alasan bahwa Asia memimpin dalam hal kedatangan Muslim. Lebih dari 31% pendatang adalah Muslim penjelajah. Hal ini tidak mengherankan mengingat populasi Muslim di kawasan ini cukup besar. khususnya di Asia Tenggara dan Timur Tengah, dan penawarannya yang ramah Muslim yang melayani berbagai preferensi perjalanan. Hal ini juga menunjukkan bahwa wisatawan lebih memilih destinasi terdekat untuk bepergian dibandingkan melakukan perjalanan jarak jauh. Meskipun jumlah kedatangan internasional relatif lebih rendah, jumlah penduduk Muslim di Afrika kedatangan signifikan di lebih dari 21%. Hal ini menunjukkan bahwa Afrika adalah tujuan utama bagi wisatawan Muslim, karena kekayaan keragaman budaya, warisan sejarah Islam, dan populasi Muslim yang besar di seluruh Afrika, khususnya Afrika Utara. Eropa, wilayah dengan kedatangan global tertinggi, memiliki jumlah kedatangan migran yang relatif lebih kecil proporsi kedatangan Muslim sekitar 6%.

Sedangkan Eropa banyak menjadi rumah populer tujuan wisata, kesenjangan ini menunjukkan potensi pertumbuhan dalam hal akomodasi yang lebih baik Wisatawan Muslim. Dengan kedatangan global terkecil, Oseania juga mempunyai jumlah penduduk Muslim yang lebih kecil kedatangan, sekitar 7%. Hal ini tidak mengherankan mengingat jarak geografisnya yang jauh dari banyak tempat. Pasar ini merupakan pasar keluar-masuk Muslim, namun hal ini menunjukkan adanya ruang

untuk perbaikan dalam menarik dan mengakomodasi wisatawan Muslim. Benua Amerika menjadi tuan rumah bagi proporsi wisatawan Muslim terkecil, yaitu 2% dari total wisatawan Muslim Kedatangan. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain jarak, biaya perjalanan, atau persepsi kurangnya fasilitas ramah Muslim dan terutama di destinasi Amerika Selatan. Namun, hal ini juga menunjukkan potensi pertumbuhan perjalanan Muslim yang belum dimanfaatkan pasar. Selain itu, penelitian ini ditujukan pada masa yang akan datang dimana keadaan ekonomi semakin tidak menentu dan memaksa suatu negara untuk mengidentifikasi potensi sektor-sektor yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi (World Tourism Organization, 2023).

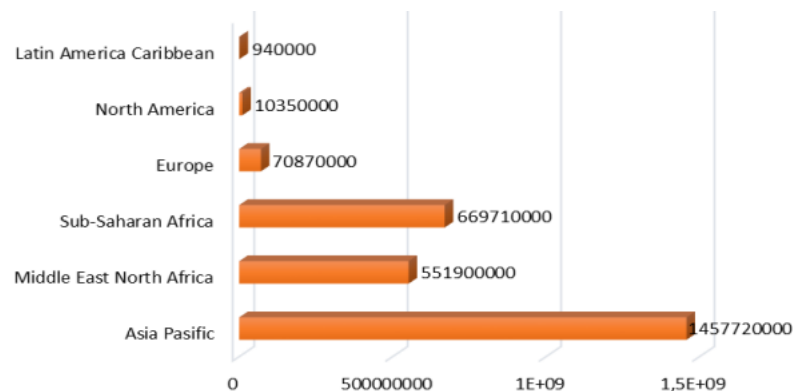


Gambar 1. 2 Total Kedatangan Berdasarkan Wilayah Kedatangan Muslim Berdasarkan Wilayah

Sumber: United Nations Tourism

Wisatawan Muslim di negara-negara Asia merupakan salah satu sasaran pengguna fasilitas halal-friendly yang telah disediakan oleh para pelaku industri pariwisata halal dunia. Kawasan Asia memiliki jumlah penduduk yang cukup besar.

Data Worldometers mengungkapkan bahwa penduduk Asia Selatan (India, Pakistan, Bangladesh, dll) adalah yang tertinggi dengan 1,8 miliar dan Asia Timur (Cina, Jepang, Korea, dll) menjadi penduduk terbesar kedua dengan 1,6 miliar, terakhir diikuti oleh Asia Tenggara (Indonesia, Filipina, Thailand, dll) dengan 648 juta sedangkan Asia Barat dan Tengah sekitar 267 juta dan 70 juta (Andrianto, 2019). Asia juga tercatat memiliki populasi Muslim yang sangat besar yakni lebih dari 1 miliar Muslim di seluruh dunia atau melebihi separuh dari populasi Muslim dunia dengan total sebanyak 1,8 miliar (Andrianto, 2019; Lipka, 2017).



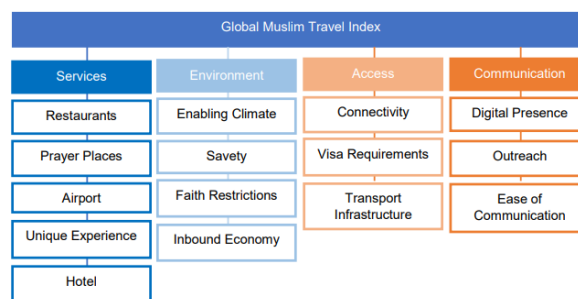
Gambar 1. 3 Proyeksi Populasi Muslim Global 2050

Sumber: Pew Research Center

Berdasarkan data dari *Pew Research Center* memperkirakan populasi Muslim di kawasan Asia&Pasifik pada tahun 2050 yang akan datang menembus hampir 1,5 miliar. Angka tersebut jauh lebih tinggi dibandingkan dengan beberapa wilayah dunia yang lain. Dengan demikian, wilayah Asia&Pasifik tidak hanya menjadi negara-negara tujuan wisata namun juga sebagai sasaran pengunjung pariwisata halal dunia di masa mendatang. Kawasan ini juga diperkirakan oleh World Tourism Organization akan menerima tambahan 535 juta wisatawan pada akhir tahun 2030. Untuk itu penulis memilih Asia&Pasifik sebagai fokus penelitian ini dikarenakan keberhasilan

Asia&Pasifik dalam menggerakkan perekonomian yang dilihat dari pertumbuhan pariwisata (jumlah turis dan devisa pariwisata) pada kawasan tersebut.

Upaya pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh negara-negara di Asia&Pasifik juga terlihat dari kualitas daya saing destinasi pariwisata halal sebagaimana tren Muslim-friendly yang sedang berkembang belakangan ini. Berdasarkan informasi Mastercard & CrescentRating, beberapa negara Asia&Pasifik menunjukkan perkembangan destinasi pariwisata halal yang baik, banyak negara yang mendapatkan peringkat 50 besar terbaik GMTI. Indikator penilaian dalam mengukur daya saing destinasi yang diterbitkan Mastercard & CrescentRating menjadi sangat krusial bagi negara sebagai pihak yang berperan dalam pengelolaan destinasi sekaligus meningkatkan kedatangan inbound. Dalam hal ini indikator penilaian GMTI edisi 2023 keatas yang digunakan adalah ACES yang meliputi kemudahan akses ke tempat tujuan (Access), komunikasi internal dan eksternal pada destinasi (Communication), lingkungan yang disediakan destinasi (Environment), dan 10 layanan yang disediakan destinasi (Services). Keempat indikator tersebut terbagi lagi ke dalam 15 subindikator, seperti yang terlampir pada gambar 1.4 di bawah.



Gambar 1.4 Pilar GMTI
Sumber: (CrescentRating, 2023)

Sebagaimana gambar diatas indikator Access yang tersusun dalam GMTI 2023 terbagi menjadi subindikator seperti Visa Requirements, Connectivity, dan Transport Infrastructure. Communication terbagi lagi menjadi Outreach, ease of Communication, Digital Presence. Safety, Faith Restrictions, Visitor Arrivals, Enabling Climate dikategorikan sebagai subindikator Environment. Core Needs (Halal Food and Prayer Facilities) Core Services (Hotels and Airports) Unique Experiences merupakan subindikator dari Services.

Pada penelitian ini akan mengungkapkan mengenai efek impkementasi konsep pariwisata halal yang mempengaruhi daya tarik wisatawan mancanegara pada negara-negara kawasan Asia-Pasifik. Dengan mengetahui bagaimana sebuah score Global Muslim Travel Index yang telah dicapai oleh suatu negara dengan berbagai kriteria sebagai destinasi pariwisata halal dapat mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atas berbagai keputusan yang telah dilakukan ke suatu destinasi pariwisata halal.

Penelitian (Asthu & Adwiyah, 2021) menganalisis indikator GMTI terhadap jumlah kunjungan wisman yang berwisata ke negara-negara yang tergabung dalam OKI. Metode yang digunakan adalah analisis data panel yang terdiri dari delapan variabel independen pada GMTI periode tahun 2015 hingga 2019 dan varibel dependen berupa data kunjungan wisman ke negara-negara OKI yang diperoleh dari data World Bank. Hasil menunjukkan bahwa delapan variabel independen dari indikator GMTI bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan wisman ke negara-negara OKI, namun secara simultan hanya variabel Family Friendly Destination yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisman ke negara-

negara OKI. Adapun perbedaannya adalah pada indikator dari GMTI dan scope wilayah yang digunakan.

Mataković & Cunjak Mataković (2019) menganalisis bagaimana kejahatan mempengaruhi keamanan dalam pariwisata dan untuk menggambarkan konsekuensi kejahatan bagi pariwisata. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode deskriptif untuk menjelaskan konsep keamanan dalam pariwisata dan untuk menganalisis hubungan antara pariwisata antara pariwisata dan kejahatan. Data diambil dari studi literature ilmiah dan dokumen kebijakan tentang hal tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak kejahatan terhadap pariwisata dapat dilihat dalam dua lingkup yakni lingkup mikro dan makro.

Analisis yang dilakukan oleh Ajeng Septiana Wulansari dan Siwi Nugraheni (2020) Berdasarkan data dari Japan National Tourism Organization (JNTO), jumlah wisatawan Indonesia yang berkunjung ke Jepang sepanjang tahun 2019 sebanyak 412.800 orang wisatawan, meningkat sebanyak 4% dibandingkan dengan tahun 2018 yaitu sebanyak 396.852. Peningkatan ini bisa didasari oleh banyak hal, beberapa diantaranya adalah gaya hidup yang disokong oleh teknologi informasi ini juga menyebabkan batas antar negara menjadi terlihat lebih samar, sehingga hiburan yang dipilih tak hanya terbatas di dalam negeri, nilai tukar mata uang Yen dan Rupiah, serta harga relative atau jumlah pengeluaran wisatawan asing di sebuah destinasi wisata. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas X yang terdiri atas Gaya hidup (X1), Nilai tukar (X2), dan Harga Relatif (X3). Sedangkan variabel terikat (Y) adalah keputusan berkunjung dijabarkan menjadi dua dimensi yaitu push factor dan pull factor. Unit analisis dalam penelitian ini adalah 100 responden yang sudah

pernah melakukan kunjungan wisata selama kurun waktu 2019 (purposive sampling). Pendekatan dan teknik solusi yang digunakan sebagai alat analisis adalah Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan ke Jepang adalah aktivitas, minat dan harga relative, sedangkan nilai tukar dan opini tidak berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan Indonesia ke Jepang. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha dan pemerintah untuk meningkatkan animo kunjungan wisatawan asing dan domestik ke tempat wisata di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan 4 sub indikator dalam pilar GMTI yang meliputi, keamanan, hotel, infrastruktur transportasi, dan akses telekomunikasi dan internet dalam mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (inbound) di negara kawasan Asia&Pasifik.

1.2 Rumusan Masalah

Maraknya perkembangan industri pariwisata halal memunculkan peringkat Global Muslim Travel Index untuk membuktikan bahwa adanya antusiasme wisatawan mancanegara dalam melakukan kunjungan wisata ke destinasi wisata ramah Muslim, sehingga diperlukan studi lebih lanjut mengenai pengaruh peringkat Global Muslim Travel Index terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dalam memilih destinasi pariwisata ke kawasan Asia&Pasifik. Oleh sebab itu pada penelitian ini rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh variabel hotel terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (inbound) di negara kawasan Asia&Pasifik?

2. Bagaimana pengaruh variabel keamanan terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (inbound) di negara kawasan Asia&Pasifik?
3. Bagaimana pengaruh variabel akses telekomunikasi dan internet terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (inbound) di negara kawasan Asia&Pasifik?
4. Bagaimana pengaruh kualitas infrastruktur transportasi terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (inbound) di negara kawasan Asia&Pasifik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh variabel hotel terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (inbound) di negara kawasan Asia&Pasifik?
2. Mengetahui pengaruh variabel keamanan terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (inbound) di negara kawasan Asia&Pasifik?
3. Mengetahui pengaruh variabel akses telekomunikasi dan internet terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (inbound) di negara kawasan Asia&Pasifik?
4. Mengetahui pengaruh kualitas infrastruktur transportasi terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (inbound) di negara kawasan Asia&Pasifik?

1.4 Manfaat/Kegunaan Penelitian

- a. Manfaat akademik atas hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan serta pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan mancanegara berkunjung ke destinasi pariwisata halal di kawasan Asia&Pasifik. Dapat dijadikan sebagai salah satu bahan bacaan khususnya mengenai pengembangan pariwisata halal dalam penguatan perekonomian negara.
- b. Bagi pembaca, diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan referensi maupun bahan komparatif bagi mereka yang menjadikan penelitian lebih lanjut khususnya mengenai faktor-faktor pengaruh jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dalam berkunjung pada destinasi pariwisata halal ke kawasan Asia&Pasifik dan dapat memberikan beberapa implikasi bagi pengambilan kebijakan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara.