

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Market Halal global termasuk pariwisata Halal saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat dan merupakan peluang bagus bagi wirausaha (Battour et al., 2022). Wisata halal merupakan penerapan dan interpretasi dari makna syariah pada seluruh aspek kegiatan pariwisata, mulai dari akomodasi, transportasi, sistem keuangan, makanan dan minuman, hingga akomodasi penyedia layanan pariwisata itu sendiri (Slamet et al., 2022). Sementara itu (Safira & Salsabilia, 2022) mengutip pada *Islamic Tourism Centre* Malaysia tahun 2015 menginterpretasikan pariwisata ramah Muslim sebagai aktivitas, kegiatan, dan pengalaman yang dijalankan dalam perjalanan yang secara keseluruhan sesuai dengan syariat Islam.

Pesatnya pertumbuhan pariwisata halal membuat banyak negara yang mulai berupaya untuk mengembangkan dan menawarkan produk-produk pariwisata dengan mempertimbangkan kebutuhan khusus dari para wisatawan Muslim sesuai dengan prinsip-prinsip agama mereka tak terkecuali Indonesia. Bahkan negara – negara non-Muslim seperti Korea Selatan, Inggris, Singapura dan Thailand saat ini juga mempromosikan wisata halal (Zulvianti et al., 2023). Indonesia sendiri telah mempromosikan pariwisata halal sejak tahun 2012 sehingga menjadikannya salah satu program penting dalam strategis pemerintah untuk meningkatkan perekonomian negara (Tempo, 2016) dalam (Slamet et al., 2022).

Keseriusan pemerintah dalam mengembangkan konsep wisata halal juga dibuktikan dengan prestasi indonesia yang meraih posisi pertama sebagai tujuan utama pariwisata halal di antara negara-negara anggota Organisasi Kerjasama Islam (OKI) bersama dengan Malaysia dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) pada bulan April 2019 (Puspitasari, 2021). Selain itu, kementerian pariwisata pada tahun 2015 juga telah menetapkan setidaknya 15 provinsi untuk fokus dalam pengembangan destinasi wisata halal dan 13 provinsi sudah siap menjadi destinasi wisata halal yaitu, Aceh, Banten, Sumatera Barat, Riau, Lampung, DKI Jakarta,

Jawa Barat, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Jawa Tengah, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Bali (Satriana & Faridah, 2018).

Hal ini menandakan kesadaran konsumen muslim yang semakin meningkat dalam menggunakan produk berbasis halal harus direspon oleh pemasar dalam penyediaan produknya. Upaya tersebut bertujuan untuk menjaga produk yang dihasilkan tetap dapat memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan sehingga akan berpengaruh pada loyalitas mereka. Upaya demikian bisa pula digunakan oleh para pengelola destinasi wisata di kawasan pesisir Kabupaten Sampang dalam menyediakan layanan bagi wisatawan yang berkunjung berbasis pada halal value.

Kabupaten Sampang yang merupakan salah satu bagian dari provinsi Jawa Timur juga tidak dapat diabaikan dari fokus pengembangan wisata halal tersebut. Kabupaten Sampang yang dikenal dengan wisata bahari dengan mayoritas penduduknya beragama Islam merupakan salah satu kabupaten yang mempopulerkan pariwisata serta mempunyai banyak tempat-tempat wisata yang terkenal diantaranya Hutan Kera Nepa, Air Terjun Toroan, dan Pantai Lon Malang. Pengembangan pariwisata halal di Kabupaten Sampang telah memenuhi berbagai aspek, termasuk pemenuhan infrastruktur pendukung seperti tersedianya tempat ibadah sehingga memudahkan wisatawan Muslim untuk menjalankan ibadah saat berwisata. Berikut adalah daftar pengunjung wisata Hutan Kera Nepa, Air Terjun Toroan, dan Pantai Lon Malang periode bulan Januari-Desember 2022.

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Hutan Kera Nepa, Air Terjun Toroan, dan Pantai Lon Malang

Periode	Jumlah Pengunjung		
	Hutan Kera Nepa	Air Terjun Toroan	Pantai Lon Malang
Januari	493	1.404	13.303
Februari	974	959	12.626
Maret	1.025	1.730	7.158
April	767	2.180	1.524
Mei	2.143	4.724	40.318
Juni	780	1.030	9.684
Juli	1.305	1.749	8.478
Agustus	1.004	1.712	13.220
September	1.304	1.289	8.504
Oktober	757	2.027	7.529
November	757	1.745	7.529
Desember	1.406	2.430	8.920
Total	12.624	22.979	138.783

Sumber: DISPORABUDPAR Kabupaten Sampang (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa pengunjung Hutan Kera Nepa, Air Terjun Toroan, dan Pantai Lon Malang mengalami kenaikan dan penurunan atau disebut fluktuasi. Hal ini dapat dilihat bahwa pada bulan Februari 2022 jumlah pengunjung Air Terjun Toroan dan Pantai Lon Malang mengalami penurunan, sedangkan wisata Hutan Kera Nepa mengalami penurunan jumlah pengunjung di bulan April 2022. Kemudian, pada bulan Mei 2022 Hutan Kera Nepa, Air Terjun Toroan, dan Pantai Lon Malang mengalami kenaikan dimana jumlah pengunjungnya lebih tinggi dari bulan Januari 2022. Hal tersebut juga dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pengunjung tiga destinasi wisata tersebut. Namun, pengembangan konsep wisata halal dan pemenuhan fasilitas pendukung terus dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Sampang.

Pariwisata halal didefinisikan sebagai setiap objek atau kegiatan dalam industri pariwisata yang diperbolehkan untuk digunakan atau terlibat sesuai dengan ajaran Islam (Battour et al., 2022). Berdasarkan definisi tersebut, dapat diartikan tujuan dalam perjalanan pariwisata halal tidak harus bersifat religius tetapi bisa juga berupa motivasi pariwisata yang beragam. Selain itu, menciptakan ataupun mengembangkan halal sebagai produk dalam pariwisata dan memastikannya selaras dengan nilai-nilai Islam memiliki tantangan yang lebih kompleks dari

sekadar memastikan makanan yang tersedia halal, karena pariwisata halal harus memperhatikan banyak aspek Syariah (Ajaran Islam) yang dapat dipahami dan tidak dapat dipahami dengan jelas (Rasul, 2019).

Pengembangan wisata halal di Kabupaten Sampang khususnya pada wisata Hutan Kera Nepa, Air Terjun Toroan, dan Pantai Lon Malang telah memenuhi berbagai aspek. Ditandai dengan adanya fasilitas ibadah yang memadai, fasilitas yang terpisah untuk pria dan wanita, makanan dan minuman halal yang ditawarkan pada wisatawan, serta tempat hiburan yang islami selama berwisata. Aspek tersebut sejalan dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 08/DSN-MUI/X/2016 tentang keseluruhan tentang kegiatan pariwisata syariah, dari ketentuan akad (perjanjian) yang dilakukan, ketentuan hotel, destinasi wisata, SPA, Sauna, Massage, Biro perjalanan, maupun ketentuan mengenai pemandu wisatanya yang didalamnya mengatur kriteria pariwisata halal sebagai berikut (Al Hasan, 2017):

- a. Destinasi wisata wajib diarahkan pada ikhtiar untuk:
 - 1) Mewujudkan kemashlahatan umum;
 - 2) Pencerahan, penyegaran, dan penenangan;
 - 3) Memelihara amanah, keamanan, dan kenyamanan;
 - 4) Mewujudkan kebaikan yang bersifat universal dan inklusif;
 - 5) Memelihara kebersihan, kelestarian alam, sanitasi, dan lingkungan;
 - 6) Menghormati nilai-nilai sosial-budaya dan kearifan lokal yang tidak melanggar prinsip syariah.
- b. Destinasi wisata wajib memiliki:
 - 1) Fasilitas ibadah yang layak pakai, mudah dijangkau, dan memenuhi persyaratan syariah;
 - 2) Makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya dengan sertifikat Halal MUI.

Pandangan wisatawan mengenai konteks Islam dapat mempengaruhi penilaian mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan yang dapat merangsang kepuasan wisatawan dan akhirnya mendorong loyalitas terhadap destinasi tersebut. Loyalitas pelanggan secara umum digambarkan dengan keterkaitan psikologis yang

dipercaya dengan kuat untuk terus bertransaksi atau menggunakan kembali suatu produk atau layanan yang diminati secara terus-menerus di masa depan, yang menyebabkan pelanggan memilih untuk tetap melakukan transaksi pada *brand* yang sama atau rangkaian *brand* yang sama dengan terus-menerus, meskipun terdapat adanya pengaruh situasional maupun adanya usaha pemasaran yang memungkinkan mereka beralih perilaku dengan mencoba produk atau layanan lain (Li et al., 2021). Hal tersebut perlu diperhatikan oleh pemerintah dan masyarakat Kabupaten Sampang dalam mengembangkan wisata halal di masa yang akan datang sesuai dengan potensi ajaran Islam sebagai inspirasi perkembangan pariwisata sekaligus perkembangan wisata halal di Kabupaten Sampang.

Mengacu pada pendapat (Li et al., 2021) mengindikasikan adanya keterkaitan yang kuat antara konsumen dan merek dengan kualitas produk, pengalaman positif serta kepuasan yang berkelanjutan dalam menjaga loyalitas pelanggan. Kepuasan tersebut mengacu pada perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul akibat dari hasil mengukur kesan kinerja (*outcome*) suatu produk atau jasa dengan pengalaman yang mereka miliki sebelumnya (Zulvianti et al., 2023). Dalam hal mengembangkan strategi berdasarkan loyalitas destinasi, pengelola harus memiliki pemahaman yang lebih mendalam mengenai cara kerja loyalitas tersebut, termasuk faktor apa yang paling berkontribusi dalam mempengaruhi loyalitas wisatawan (Pratiwi, 2023).

Mengacu pada pendapat (Pratiwi, 2023), (Battour et al., 2022), dan (Rasul, 2019) pengembangan strategi loyalitas pada destinasi wisata halal pengelola destinasi halal pada satu sisi harus menciptakan kepuasan ataupun nilai yang dapat dirasakan oleh para wisatawan, sementara pada sisi lainnya harus tetap menjaga batasan norma sesuai ajaran Islam selama kegiatan pariwisata berlangsung. Kedua hal tersebut, menjadi tantangan baru bagi pelaku bisnis pariwisata. Dalam rangka memenuhi kedua tujuan tersebut pelaku bisnis pariwisata Kabupaten Sampang diharapkan dapat menciptakan layanan berbasis *halal value* agar mampu menciptakan loyalitas. Penelitian ini mengadopsi konsep *halal value* dalam konteks kepuasan dan loyalitas wisatawan dengan pendekatan berfokus pada

pariwisata halal. Penggunaan konsep tersebut tentu akan berpengaruh pada tingkat kunjungan wisatawan pada destinasi pariwisata di wilayah Kabupaten Sampang.

(Rahman et al., 2020) berpendapat bahwa nilai perjalanan wisatawan dapat mempengaruhi kepuasan wisatawan terhadap destinasi wisata halal. Nilai perjalanan mencerminkan pandangan eksperimental wisatawan terhadap produk dan layanan pariwisata secara keseluruhan (Battour et al., 2022). Halal value pada penelitian ini mengacu pada konsep *perceived value* atau nilai yang dirasakan konsumen yang kemudian dikaitkan dengan syariah Islam. Secara teoritis, nilai yang dirasakan (*perceived value*) merupakan suatu konsep yang berasal dari teori ekuitas dan mencerminkan preferensi pelanggan yang bersifat relatif, personal, situasional, atau sesuatu yang berkaitan dengan perbandingan saat membeli, menilai, atau menggunakan barang atau jasa tertentu (Miftahuddin et al., 2022). Sedangkan menurut (Al-Ansi & Han, 2019) Nilai yang dirasakan (*perceived value*) diinterpretasikan sebagai suatu konsep yang fleksibel dan subyektif yang mempengaruhi volume keuntungan dan kerugian yang diperoleh wisatawan dalam berbagai situasi dalam.

Dengan kata lain, nilai yang dirasakan (*perceived value*) merupakan konstruksi multidimensi yang mencerminkan bagaimana wisatawan secara keseluruhan menilai produk atau layanan pariwisata sebelum, selama, dan setelah mereka membeli atau menggunakannya. Nilai destinasi Islami itu sendiri menurut (Shafaei, 2017) dapat diukur dengan atribut nyata yang dihasilkan dari penyampaian produk wisata yang sesuai syariah seperti makanan halal dan ketersediaan alat seni, kesenangan, dan hiburan yang sesuai syariah. Dari pernyataan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *halal value* merupakan preferensi subjektif pelanggan dalam menilai suatu produk atau layanan yang berkaitan dengan perbandingan antara nilai yang mereka keluarkan dan nilai atau manfaat yang mereka dapatkan yang didasarkan pada kepercayaan mereka sebagai umat Muslim.

(Isa et al., 2018), dan (Tharikh et al., 2023) telah menyelidiki hubungan antara *Muslim tourist perceived value (halal value)* dan kepuasan wisatawan. Mereka mengungkapkan bahwa halal value memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Di sisi lain, (Lenggogeni & Chaira, 2021) pada penelitiannya mengungkapkan bahwa kepuasan wisatawan tidak dipengaruhi oleh halal value seperti nilai halal atribut non fisik saat berkunjung ke destinasi wisata. Sementara itu, menurut (Pratiwi, 2023) dalam penelitiannya *halal value* mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan secara keseluruhan namun, *halal value* mempunyai hubungan negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas. (Pratiwi, 2023) mengungkapkan hal tersebut dikarenakan halal value berperan sebagai mediator kepuasan dibandingkan berpengaruh langsung terhadap loyalitas. Sedangkan (Eid & El-Gohary, 2015) telah mengungkapkan *Muslim tourist perceived value (halal value)* seperti nilai kognitif dan nilai afektif memiliki peran fundamental dalam mempresentasikan perilaku pembelian dan konsumsi wisatawan Muslim. Halal value juga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan Muslim (Eid & El-Gohary, 2015). Penilaian *Muslim tourist perceived value (halal value)* berbeda dengan nilai pelanggan pada umumnya, karena *halal value* tidak hanya menilai dari afektif dan kognitif saja, tetapi juga membahas dari nilai islami yang berdasar kepada hukum syariah. *Muslim tourist perceived value (halal value)* dapat dirasakan oleh pelanggan saat pelanggan telah mendapatkan produk wisata yang disediakan oleh penyedia jasa pariwisata, hal tersebut disebabkan karena *perceived value* merupakan evaluasi nilai yang dilakukan oleh pelanggan terhadap nilai-nilai yang didapatkan selama memakai produk tersebut (Wahyuni & Ihsanuddin, 2019). Meskipun *perceived value* telah dipelajari oleh banyak peneliti, belum banyak penelitian yang dilakukan mengenai pengukuran *Muslim tourist perceived value (halal value)* di mana wisatawan Muslim mengevaluasi aspek nilai tradisional dan keagamaan (Eid & El-Gohary, 2015).

Berdasarkan pembahasan permasalahan diatas maka, dalam kegiatan penelitian ini penulis tertarik untuk meneliti tentang “Loyalitas Atas Dasar Halal Value dan Kepuasan Wisatawan Pada Destinasi Wisata Halal Di Kawasan Pesisir Kabupaten Sampang”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka penelitian ini memiliki rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat *halal value*, kepuasan, dan loyalitas wisatawan dikawasan pesisir Kabupaten Sampang?
2. Apakah *halal value* berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan pada kawasan wisata pesisir Kabupaten Sampang?
3. Apakah kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap loyalitas pada kawasan wisata pesisir Kabupaten Sampang?
4. Apakah *halal value* berpengaruh terhadap loyalitas pada kawasan wisata pesisir Kabupaten Sampang?
5. Apakah *halal value* berpengaruh terhadap loyalitas melalui kepuasan wisatawan pada kawasan wisata pesisir Kabupaten Sampang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana tingkat *halal value*, kepuasan, dan loyalitas wisatawan dikawasan pesisir Kabupaten Sampang.
2. Mengetahui pengaruh *halal value* terhadap kepuasan wisatawan pada kawasan wisata pesisir Kabupaten Sampang.
3. Mengetahui pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas pada kawasan wisata pesisir Kabupaten Sampang.
4. Mengetahui pengaruh *halal value* terhadap loyalitas pada kawasan wisata pesisir Kabupaten Sampang.
5. Mengetahui pengaruh secara tidak langsung *halal value* terhadap loyalitas melalui kepuasan wisatawan pada kawasan wisata pesisir Kabupaten Sampang.

1.4. Manfaat Hasil Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh halal value dan kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan pada destinasi wisata halal di kawasan pesisir Kabupaten Sampang. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Mampu memberikan sumbangan ilmu dalam bidang ekonomi khususnya dalam bidang pariwisata. Serta menjadikan rujukan penulisan berikutnya dalam mengukur loyalitas atas dasar halal value dan kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal di kawasan pesisir Kabupaten Sampang.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baru dan memberikan wawasan yang bersifat kontekstual, sehingga peneliti mampu menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan untuk mempelajari secara langsung dan mengetahui tentang loyalitas atas dasar halal value dan kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal di kawasan pesisir Kabupaten Sampang.

- b. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan literatur dan manfaat bagi semua kalangan khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen, sehingga karya tulis dari hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan referensi untuk semua kalangan dalam kegiatan pembelajaran dan studi lapangan.

- c. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan tambahan wawasan bagi masyarakat mengenai loyalitas atas dasar halal value dan kepuasan wisatawan pada destinasi wisata halal di kawasan pesisir Kabupaten Sampang.