

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara berpenduduk mayoritas Muslim tentunya membutuhkan wisata halal karena agama Islam adalah bagian dari gaya hidup Muslim yang setiap Muslim harus melakukan aktivitas sehari-hari berdasarkan ajaran Islam di mana pun mereka tinggal (Jafari dan Scott, 2014; Al-Ansi et al., 2019). Wisata halal di Indonesia bertujuan untuk menangkap pasar segmen muslim yang memiliki potensi besar, baik internasional maupun domestik. Dilaporkan wisatawan muslim Indonesia mencapai 2,8 juta dengan pengeluaran mencapai 40 triliun dengan pertumbuhan tahunan wisatawan Muslim sekitar 27% pada tahun 2018. Sementara wisatawan dunia hanya tumbuh 6,4% per tahun (Crescent Rating, 2019).

Dalam spektrum wisata halal, kajian tentang pengalaman wisatawan telah juga banyak dilakukan, dengan mengambil fokus dan tema yang bervariasi (Dabamona, 2019; Dabamona & Cater, 2019; Han, Al Ansi, Olya, & Kim, 2019; Henderson, 2016; Ratnasari, Gunawan, Mawardi, & Kirana, 2021). Meskipun demikian kajian-kajian yang terfokus kepada pemetaan pengalaman wisatawan pada wisata halal sangat terbatas bahkan belum tereksplorasi secara mendalam. Pemetaan jurnal berlatar pengalaman wisatawan dalam wisata halal menjadi penting dilakukan untuk mengidentifikasi celah (*gap*) dalam persektif pengalaman wisatawan dan wisata halal dan wilayah mana yang masih perlu untuk dieksplorasi dan dipahami secara mendalam. Tujuan dari penelitian ini dengan demikian untuk meninjau, memetakan dan merefleksikan literatur berdasarkan database online dibidang wisata halal dan pengalaman wisatawan. Tinjauan ini juga membahas keterbatasan dari kajian jurnal-

jurnal tersebut dan saran untuk penelitian yang akan datang. Ini akan membantu untuk mengidentifikasi masalah perjalanan wisata halal, terutama dari perspektif wisatawan. Secara keseluruhan, penelitian ini mencoba menjawab pertanyaan besar dari, “Bagaimana memahami wisata halal dan pengalaman wisatawan?” Wisata halal umumnya ditempatkan sebagai sub kategori dari wisata religi dengan menekankan kepada konsep hal-hal yang diperbolehkan dan diterima dan dilarang dengan mengikuti hukum Islam (El Gohary, 2016; Rasul, 2019). Konsep wisata ini secara umum diperuntukan kepada pemeluk agama islam untuk memenuhi kebutuhan sesuai tuntutan agama dan meliputi komponen-komponen wisata seperti makanan, transportasi, hotel, logistik, keuangan syariah, paket wisata syariah, spa halal termasuk di dalamnya dalam hal berperilaku, berpakaian, dan pola makan (Battour, Battor, & Ismail, 2012). Wisata halal terikat dengan aturan Islam dan kewajiban yang berkaitan dengan Islam, yang harus dipenuhi oleh wisatawan Muslim. Karena sifatnya berkebutuhan khusus, berbeda dengan model wisata lainnya, destinasi wisata perlu mempertimbangkan kebutuhan-kebutuhan tersebut dan kemampuan dalam memenuhinya (Shafaei & Mohamed, 2015). Keberhasilan daerah tujuan wisata terhadap pelayanan berbasis halal akan menegaskan image daerah tersebut ramah terhadap wisatawan muslim (*Muslim friendly*) sekaligus akan memberi gambaran terhadap kepuasan wisatawan (Fajriyati et al ., 2020).

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).

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.

Pulau Madura memiliki potensi wisata yang cukup beragam mulai dari wisata sejarah, religi, wisata alam, dan wisata budaya. Salah satu potensi wisata alam yang cukup terkenal di wilayah Kabupaten Sumenep. Destinasi di Kabupaten Sumenep menjadi destinasi unggulan di wilayah Bumi Sumekar (sebutan bagi Kabupaten Sumenep). Destinasi ini sampai sekarang menjadi icon yang sangat terkenal dan banyak dikunjungi wisatawan domestik yang berasal dari wilayah Pulau Madura dan sekitarnya. Selain Destinasi wisata pesisir Sumenep, masih terdapat destinasi wisata berbasis alam lainnya dan berada di kawasan pesisir wilayah Kabupaten Sumenep.

Pemerintah Kabupaten Sumenep nampaknya terus melakukan upaya pengembangan potensi wisata di wilayahnya dengan melakukan pembangunan sarana dan prasarana pendukung. Pembangunan tersebut bertujuan agar dapat

memfasilitasi peningkatan kualitas pelayanan dan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Dibukanya Bandara Trunojoyo di Sumenep, diharapkan dapat meningkatkan jumlah transaksi ekonomi para pelancong yang datang di wilayah Sumenep.

Semakin meningkatnya jumlah lalu lintas barang dan manusia dari dan ke wilayah Sumenep diharapkan berdampak pada pemenuhan kebutuhan masyarakat, termasuk kebutuhan *hospitality* yang berkait erat dengan pengembangan kawasan wisata. Berwisata merupakan kegiatan perjalanan mengunjungi daerah-daerah tertentu dengan tujuan memberikan ketenangan, kesenangan dan kepuasan tersendiri, dan dengan maksud melepaskan kejenuhan (Poerwodarminto, 2005). Aktivitas berwisata dalam pandangan masyarakat modern saat ini merupakan kebutuhan. Bagi pemasar, adanya kebutuhan akan pariwisata merupakan potensi pasar yang harus dipenuhi agar menghasilkan keuntungan.

Beragam cara dilakukan para penyedia atau pengelola destinasi wisata untuk mengembangkan usaha pariwisata. Perusahaan-perusahaan tersebut saling bersaing untuk menarik minat wisatawan. Salah satunya dengan cara membangun berbagai jenis permainan, memberikan pelayanan yang baik, dan melengkapi fasilitas umum. Para pengelola jasa pariwisata tersebut dituntut tidak hanya sekedar memproduksi jasa yang dibutuhkan konsumen tetapi harus mengutamakan kepuasan konsumen sebagai pengunjung yang datang ke tempat wisata tersebut yaitu dengan cara mengetahui apa saja yang menjadi kebutuhan konsumen.

Pemerintah daerah Kabupaten Sumenep saat ini telah mengembangkan potensi pariwisata Sumenep yang dinilai mampu menjadi daya saing bagi wisata-wisata di daerah lain guna menghadapi pasar bebas asean yang dimana didalamnya

melibatkan pariwisata sebagai salah satu mediana untuk itulah pariwisata di Indonesia saat ini juga mengalami pengembangan yang cukup besar dan luas tidak terkecuali di Sumenep khususnya destinasi , Pantai pesisir sumenep yang menjadi salah satu kekayaan alam di Sumenep juga memiliki cara-cara ataupun strategi dalam pengembangan pariwisatanya meski belum secara besar dalam pengembangannya tetapi sudah cukup baik sebab selama ini pemerintah, pihak swasta serta masyarakat telah bersama-sama dalam meningkatkan pengembangan destianasi wisata pantai pesisir di Sumenep. Berikut adalah Daftar pada Destinasi di Kabupaten Sumenep periode tahun 2023.

Tabel 1. 1-Jumlah Kunjungan Wisatawan Destinasi di Sumenep

No	Nama Usaha	Alamat Usaha	Pengelola	Jumlah Kunjungan
1.	Pantai Badur	Desa Badur, Kecamatan Batu Putih, Sumenep.	Desa	6631
2.	Wisata Kebonagung	Desa Kebonagung, Kecamatan Kota.	Bumdes	652
3.	Wisata Mangrove Kedatim	Jl. Pelabuhan, Dusun Ro'soro, Kebundadap timur, Kec. Saronggi.	Bumdes	25735
4.	Pantai Ekasoghi	Nonggunong, Kec. Saronggi.	CV. Jelajah Sumenep	15628
5.	Wisata Bukit Lengheng	Kec. Saronggi.	Bumdes	9409
6.	Pantai Matahari	Desa Lobuk, Kec. Bluto	Panji	16933
7.	Aeng Sember Raje Ganding	Kec Ganding.	Desa	5291

Sumber: DISPORABUDPAR Kabupaten Sumenep (2023)

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung pada destinasi di Sumenep yaitu : Pantai Badur, Wisata Kebonagung, Wisata Mangrove Kedatim, Pantai Ekasoghi, Wisata Bukit Lengheng, Pantai Matahari, dan Aeng sumber raje Ganding pada tahun 2023. Hal tersebut juga dapat mempengaruhi tingkat minat berkunjung kembali tujuh destinasi wisata tersebut. Namun, pengembangan konsep

wisata halal dan pemenuhan fasilitas pendukung terus dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Sumenep.

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 4 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 Sumenep khususnya pada wisata Pantai Badur, Wisata Kebonagung, Wisata Mangrove Kedatim, Pantai Ekasoghi, Wisata Bukit Lengleg, Pantai Matahari, dan Aeng sumber raje Ganding 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.

Pengalaman wisatawan didefinisikan sebagai pengalaman yang diperoleh secara langsung maupun tidak langsung mengenai pelayanan perusahaan maupun fasilitas dan bagaimana seseorang konsumen berinteraksi dengan konsumen lainnya (Yuniawati & Finardi, 2016). Sehingga pengalaman wisatawan perlu menjadi perhatian para pengelola dalam memuaskan wisatawan yang berkunjung. Wisatawan mampu membedakan produk dan jasa yang satu dengan yang lainnya karena mereka dapat merasakan dan memperoleh pengalaman secara langsung dengan pendekatan (*sense, feel, think, act, relate*), baik sebelum maupun mereka mengonsumsi sebuah produk ataupun menggunakan jasa. Menurut Ailudin & Sari, (2019) pengalaman pengunjung (*customer experience*) merupakan suatu ikatan rasional dan emosional yang terjadi karena respon terhadap stimulus tertentu dengan mengoptimalkan *sense (sensory), feel (emotional), think (cognitive), act (action), dan relate (relationship)*

pertukaran informasi dan ikatan emosional. Wisatawan menilai suatu destinasi melalui kepercayaan dan persepsinya, yang kemudian disebut sebagai citra destinasi.

Kepuasan wisatawan adalah salah satu tolak ukur keberhasilan suatu daya tarik wisata. Oleh karena itu, perlu adanya penelitian untuk mengukur tingkat kepuasan wisatawan di pantai lombang. Diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi dalam memberikan masukan bagi pemerintah daerah agar dapat mempertahankan maupun meningkatkan kualitas wisata halal serta memperbaiki kekurangan yang masih ada di objek wisata. Kepuasan pengunjung menjadi hal penting yang ingin dicapai dalam pengelolaan dan pengembangan objek wisata Pantai. Untuk memfasilitasi peningkatan kualitas pelayanan dan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, pemerintah Kabupaten Sumenep membuka bandara dengan satu kali penerbangan sehari sedangkan untuk meningkatkan jumlah transaksi ekonomi oleh wisatawan maka disediakan homestay. Karena apabila seseorang merasa puas, maka kemungkinan seseorang tersebut akan tertarik untuk mengunjungi kembali objek wisata yang sama akan semakin besar. Begitu pula sebaliknya, bila pengunjung tidak merasa puas, maka pengunjung tersebut cenderung memilih untuk mendatangi objek wisata lain yang sesuai dengan harapannya. Dengan kata lain, kepuasan pengunjung berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung terhadap suatu objek wisata. Kotler dan Keller (2018) mendefinisikan kepuasan sebagai suatu perasaan yang muncul setelah membandingkan antara ekspektasi dan kinerja yang sesungguhnya. Kepuasan pengunjung pada penelitian ini berkaitan dengan perasaan yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap suatu objek wisata yang akan dikunjungi dengan apa yang sesungguhnya dirasakan setelah mengunjungi objek wisata. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan merupakan

faktor utama yang dapat berpengaruh terhadap jumlah kunjungan. Pernyataan ini diperkuat oleh penelitian Asmara dan Ratnasari (2016) yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung antara kepuasan pengunjung terhadap kondisi dan pelayanan wisata dengan jumlah kunjungan wisata. Salah satu upaya yang dapat dilakukan agar jumlah kunjungan wisata semakin meningkat maka wisatawan yang telah berkunjung ke suatu destinasi dapat didorong untuk berminat melakukan kunjungan kembali.

Minat mengunjungi kembali adalah niat untuk perencanaan dalam melakukan perilaku tertentu. Niat mengatakan, ketika orang memiliki niat yang kuat untuk terlibat dalam perilaku, mereka lebih menyukai untuk melakukan perilaku rekreasi pada sektor pariwisata, ini mengambil kembali pada layanan pariwisata atau layanan rekreasi atau kunjungan ulang dari tujuan atau pengunjung objek wisata (Pamela & S.S. Pangemanan, 2014). Menurut Lee Jongeun dalam Jeon Hyunjin (2013) minat mengunjungi kembali didefinisikan sebagai faktor penting untuk terus menciptakan keuntungan perusahaan atau kinerja dalam perspektif jangka panjang. Sedangkan menurut Kozak dalam Hsiu Jung Chou (2013) minat mengunjungi kembali mengacu kepada kesediaan wisatawan untuk mengunjungi destinasi yang sama atau obyek wisata lain di negara yang sama. Minat berkunjung kembali biasanya muncul karena adanya persepsi positif atau pengalaman terhadap daya tarik wisata. Dalam hal ini teori minat kunjung ulang diambil dari teori minat beli ulang terhadap suatu produk, sehingga dalam beberapa kategori minat berkunjung dapat diaplikasikan terhadap minat beli. Minat adalah dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan yang tanpa disadar atau tidak akan dilakukan, (Aviolitasona & Azis Slamet Wiyono, 2017). Hidayat et al., (2017), menyatakan niat berkunjung kembali adalah niat dan

keinginan berkunjung lebih sering. Dalam kaitannya dengan minat berkunjung ulang, minat merupakan pelanggan potensial yang mempunyai arti pelanggan yang pernah datang kembali dan menggunakan jasa kembali. Selain itu, faktor yang mempengaruhi minat berkunjung kembali ialah pengalaman wisatawan.

Berdasarkan pembahasan diatas terdapat hubungan antara kepuasan dengan minat berkunjung kembali dikarenakan Minat untuk berpariwisata merupakan proses psikologis yang didasarkan untuk memenuhi psikologi seseorang. Poerwodarminto mengatakan bahwa minat adalah kesukaan atau kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, perhatian atau keinginan. Minat itu didasari oleh dua faktor yaitu faktor interen yang artinya factor yang secara langsung dari diri individu sendiri terhadap minat untuk datang ke suatu tempat dan faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar diri individu (Swastha, 1998). Adanya minat individu dapat menimbulkan keinginan. Sehingga timbul perasaan yang muncul dalam dirinya untuk mengambil suatu keputusan yang memuaskan dirinya. Demikian juga minat untuk berkunjung kembali ke tempat wisata yang merupakan gambaran kepuasan seseorang terhadap obyek wisata. Ketika seseorang memiliki minat untuk mengunjungi tempat wisata tertentu dan mereka merasakan kepuasan dalam berwisata. Maka mereka akan berminat untuk mengunjungi obyek wisata itu kembali. Kepuasan tersebut dipengaruhi oleh apa yang didapatkan oleh konsumen selama di obyek wisata, salah satunya dengan kualitas jasa pelayanan.

Menurut Mowen (2006) kepuasan konsumen yaitu sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan pengunjung dalam berpariwisata datang, setelah mereka mendapatkan apa yang dia harapkan. Misalnya dengan: harga tiket yang

murah, lokasi yang strategis dan prosedur pelayanan yang baik. Harapan-harapan tersebut merupakan faktor yang memberikan kepuasan pengunjung dalam berpariwisata. Dengan mempertimbangkan hal-hal tersebut perusahaan pariwisata diharapkan dapat memberikan kepuasan terhadap pengunjung, sehingga dapat menarik pengunjung untuk datang kembali ke obyek wisata tersebut. serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pengunjung.

Berdasarkan pembahasan diatas, maka penelitian ini akan membahas mengenai Minat Berkunjung Kembali atas dasar Pengalaman Wisata Halal dan Kepuasan Pengunjung di, Kabupaten Sumenep. Dengan penelitian ini diharapkan pemerintah dapat mengoptimalkan proses pemasaran maupun meningkatkan kualitas pelayanan di destinasi wisata pantai pesisir di sumenep sehingga bisa menarik jumlah wisatawan dan berdampak pada pendapatan daerah dan penyerapan tenaga kerja.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini memiliki beberapa rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan, pengalaman dan minat berkunjung kembali pada destinasi wisata berbasis halal di Kawasan Pesisir Kabupaten Sumenep?
2. Apakah terdapat pengaruh langsung antara pengalaman wisata halal dengan Minat berkunjung kembali di kawasan wisata pesisir di Sumenep?
3. Apakah terdapat pengaruh langsung antara kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali di kawasan wisata pesisir Sumenep?

4. Apakah terdapat pengaruh langsung antara pangalaman wisata halal terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di kawasan wisata pesisir Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana tingkat kepuasan, pengalaman dan minat berkunjung kembali pada destinasi wisata berbasis halal di Kawasan Pesisir Kabupaten Sumenep.
2. Mengetahui apakah terdapat pengaruh langsung antara pengalaman wisata halal dengan Minat berkunjung kembali di kawasan wisata pesisir di Sumenep.
3. Mengetahui apakah terdapat pengaruh langsung antara kepuasan pengunjung terhadap minat berkunjung kembali di kawasan wisata pesisir Sumenep.
4. Mengetahui apakah terdapat pengaruh langsung antara pangalaman wisata halal terhadap minat berkunjung kembali melalui kepuasan pengunjung di kawasan wisata pesisir Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut ini merupakan Manfaat dari penelitian ini:

1. Manfaat teoritis

Mampu memberikan sumbangan ilmu dalam bidang ekonomi khususnya dalam bidang pariwisata. Serta menjadikan rujukan penulisan berikutnya terhadap mengukur minat berkunjung kembali atas dasar pengalaman wisata halal dan Kepuasan wisatawan.

2. Manfaat praktis

Dapat menjadi tambahan wawasan dalam bidang ekonomi pariwisata khususnya kepuasan dan bauran pemasaran.

3. Bagi Penulis

Bermanfaat untuk penerapan ilmu yang telah diperoleh dan dapat menambah pengetahuan yang berkaitan tentang literasi pemasaran dan perilaku pemasaran.

4. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya tentang literasi pemasaran dan perilaku pemasaran.