

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata halal saat ini berkembang pesat di tingkat global. Secara konsep, pariwisata halal merujuk pada bentuk perjalanan yang berlandaskan gaya hidup wisatawan Muslim selama berlibur. Konsep ini bersifat fleksibel, rasional, sederhana, dan tetap menjaga keseimbangan nilai-nilai religius Pranandari et al. (2023). Keunggulan utama pariwisata halal terletak pada kemampuannya memenuhi kebutuhan rekreasi wisatawan tanpa mengabaikan kewajiban agama, seperti ketersediaan fasilitas ibadah maupun kuliner halal Jia and Chaozhi (2020).

Seiring meningkatnya minat perjalanan, sektor pariwisata di berbagai daerah pun menunjukkan peningkatan yang cukup pesat. Dalam beberapa tahun terakhir, muncul kecenderungan baru terkait pengembangan destinasi yang ramah untuk wisatawan Muslim, yang kemudian dikenal dengan pariwisata halal Wulandari and Indahsari (2021). Tren ini semakin relevan mengingat jumlah penduduk Muslim dunia yang diproyeksikan mencapai 2,19 miliar jiwa pada tahun 2025, menjadikan pasar wisatawan Muslim sebagai segmen yang sangat potensial Yanuarti et al. (2023).

Laporan *Global Muslim Travel Index* (GMTI) turut memperlihatkan peningkatan jumlah pengunjung wisatawan Muslim dari tahun ke tahun. Bahkan pada 2024, Indonesia berada pada posisi teratas sebagai destinasi wisata

halal terbaik di dunia Rating (2025). Prestasi ini menunjukkan besarnya peluang bagi pengembangan sektor wisata halal di Indonesia, khususnya karena wisatawan Muslim memiliki kebutuhan khusus seperti makanan halal, fasilitas ibadah, serta suasana lingkungan yang aman dan nyaman. Di Indonesia, pengembangan wisata halal tidak semata-mata terfokus di wilayah kota besar, melainkan juga melebar ke berbagai daerah yang kaya akan budaya dan nilai religius. Salah satunya adalah Pulau Madura, khususnya Kabupaten Bangkalan.

Kecamatan <i>District</i>	Obyek Wisata <i>Tourist Attraction</i>	Wisatawan Domestik <i>Domestic Tourist</i>	Wisatawan Mancanegara <i>International Tourist</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Kamal	—	—	—
Labang	1	1.535	—
Kwanyar	2	2.540	—
Modung	—	—	—
Blega	—	—	—
Konang	1	—	—
Galis	1	—	—
Tanah Merah	—	—	—
Tragah	—	—	—
Socah	1	1.910	—
Bangkalan	7	3.532.892	33
Burneh	—	—	—
Arosbaya	3	393.095	77
Geger	1	830	—
Kokop	1	719	—
Tanjungbumi	5	24.413	—
Sepulu	2	16.728	—
Klampis	—	—	—
Kabupaten Bangkalan	25	3.974.662	110

Gambar 1.1 Data Kunjungan wisatawan Kabupaten Bangkalan 2024

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Mengacu pada data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, terdapat 25 objek wisata di Bangkalan dengan jumlah kunjungan lebih dari 3,9 juta wisatawan dan sekitar 110 di antaranya merupakan wisatawan mancanegara. Dari berbagai potensi tersebut, wisata religi menjadi sektor unggulan dengan prospek pengembangan yang sangat menjanjikan Yanuarti et al. (2023).

Salah satu destinasi wisata religi yang memiliki nilai sejarah dan spiritual tinggi adalah Makam Syaichona Muhammad Cholil, yang terletak di Desa Martajasah, Kabupaten Bangkalan. Tokoh ini dikenal sebagai ulama besar

dengan peran penting dalam sejarah perkembangan Nahdlatul Ulama di Madura. Di kompleks makam ini juga terdapat makam ayah beliau, Abdul Latif, serta makam anggota keraton dan waliyullah. Kawasan tersebut dilengkapi dengan masjid dan berbagai fasilitas pendukung kegiatan ziarah. Dengan karakteristik religius dan sejarah yang kuat, kompleks makam ini berpotensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata halal yang kompetitif.

Makam Syaichona Moh. Cholil dikenal sebagai salah satu tujuan wisata religi utama yang ada di Kabupaten Bangkalan dan telah dikenal luas oleh masyarakat, baik yang berasal dari wilayah setempat maupun dari luar wilayah. Citra destinasi yang positif sebagai makam ulama besar serta daya tarik spiritual yang kuat menjadikan lokasi ini tidak pernah sepi dari kunjungan peziarah. Kunjungan wisatawan atau peziarah ke Makam Syaikhona Muhammad Kholil Madura rata-rata mencapai sekitar 20.000 orang setiap bulan. Pada periode tertentu, khususnya selama bulan Ramadhan, jumlah tersebut dapat meningkat hingga kurang lebih 40.000 peziarah Suaibah (2017). Namun, tingginya angka kunjungan belum tentu mencerminkan loyalitas wisatawan Sharma (2020).

Citra destinasi mencerminkan persepsi, keyakinan, serta pengetahuan wisatawan terhadap suatu tempat wisata, termasuk bagaimana mereka merasakan pengalaman selama berada di destinasi tersebut Listyawati and Wulandari (2022). Sementara itu, daya tarik wisata berfungsi sebagai pendorong utama yang membuat wisatawan termotivasi untuk berkunjung, yaitu segala aspek yang mampu menarik perhatian dan memberikan kepuasan ketika mereka berkunjung ke wilayah tertentu Sappewali et al. (2022). Daya

tarik tersebut dapat berupa keunikan, keindahan, serta nilai budaya maupun spiritual yang bersumber dari alam atau hasil karya manusia, yang secara keseluruhan menjadi alasan kuat bagi wisatawan untuk memilih sebuah destinasi Surya et al. (2021).

Lebih lanjut Kusumawardani (2020) menegaskan bahwa kombinasi citra destinasi dan daya tarik wisata dapat membentuk pengalaman yang berdampak besar terhadap kepuasan pengunjung, yang pada akhirnya mendorong penyebaran rekomendasi positif dari wisatawan kepada orang lain. Penelitian Anggraini and Novera (2024); Pujiastuti et al. (2023) menemukan bahwa citra destinasi mempunyai pengaruh kepada kepuasan wisatawan. Sementara itu, penelitian Manurung and Elizabeth (2024); Arpan (2023) menyatakan bahwa daya tarik wisata berdampak pada kepuasan wisatawan. Dalam konteks Makam Syaichona Moh. Cholil, meskipun citra destinasi dan daya tarik spiritualnya sudah baik, pengalaman wisatawan dapat berbeda-beda tergantung pada persepsi, harapan, serta pelayanan yang mereka rasakan selama berkunjung Suaibah (2017). Variasi pengalaman inilah yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan wisatawan dan menentukan loyalitas mereka terhadap destinasi.

Kepuasan merupakan respons emosional berupa rasa senang atau kecewa yang muncul setelah wisatawan membandingkan kinerja produk atau jasa dengan harapannya. Jika kinerja yang dirasakan melebihi harapan, maka kepuasan akan meningkat, dan hal tersebut berdampak positif terhadap loyalitas Surya et al. (2024). Kepuasan wisatawan yang belum optimal akan berpengaruh

langsung pada loyalitas wisatawan. Loyalitas sendiri, menurut Setiawan & Siregar (2018), merupakan komitmen konsumen untuk melakukan kunjungan berulang pada penyedia yang sama. Dalam pariwisata, loyalitas dapat dilihat dari niat wisatawan kembali berkunjung ke destinasi serta kesediaannya untuk mempromosikan wisata kepada orang lain. Penelitian Arif et al. (2024); Widyaningsih (2020); Setiawan & Siregar (2018) menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan memiliki dampak langsung terhadap loyalitas.

Namun demikian, dalam penelitian terdahulu masih sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara citra destinasi dan daya tarik wisata terhadap loyalitas wisatawan dengan kepuasan berperan sebagai variabel mediasi dalam konteks pariwisata halal, khususnya pada destinasi wisata religi. Kesenjangan tersebut menjadi landasan utama dilaksanakannya penelitian ini. Penelitian ini menghadirkan kebaruan karena menganalisis hubungan citra destinasi, daya tarik wisata, kepuasan, dan loyalitas dalam konteks pariwisata halal wisata religi, yang belum banyak dikaji. Selain itu, penelitian ini dilakukan pada destinasi lokal, yaitu Makam Syaichona Moh. Cholil, sehingga memperluas literatur dan memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan wisata halal berbasis budaya lokal. Penguatan citra destinasi dan daya tarik wisata penting untuk mendukung pariwisata halal yang berdaya saing. Dengan meningkatnya tren wisata halal, diperlukan pemahaman terkait faktor yang membentuk kepuasan dan loyalitas wisatawan. Temuan penelitian ini diharapkan membantu pengelola meningkatkan layanan, pengalaman, dan promosi destinasi secara lebih efektif.

B. Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Apakah Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan pada wisata halal Makam Syaichona Moh. Cholil Bangkalan?
2. Apakah Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan pada wisata halal Makam Syaichona Moh. Cholil Bangkalan?
3. Apakah Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan pada wisata halal Makam Syaichona Moh. Cholil Bangkalan?
4. Apakah Daya Tarik Wisata berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan pada wisata halal Makam Syaichona Moh. Cholil Bangkalan?
5. Apakah Kepuasan Wisatawan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Wisatawan pada wisata halal Makam Syaichona Moh. Cholil Bangkalan?
6. Apakah Citra Destinasi berpengaruh terhadap Loyalitas Wisatawan melalui kepuasan wisatawan?
7. Apakah Daya Tarik Wisata berpengaruh Loyalitas Wisatawan melaluikepuasan wisatawan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan pada wisata halal Makam Syaichona Moh. Cholil Bangkalan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Kepuasan Wisatawan pada wisata halal Makam Syaichona Moh. Cholil Bangkalan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Destinasi terhadap Loyalitas Wisatawan pada wisata halal Makam Syaichona Moh. Cholil Bangkalan.
4. Untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Loyalitas Wisatawan pada wisata halal Makam Syaichona Moh. Cholil Bangkalan.
5. Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan Wisatawan terhadap Loyalitas Wisatawan pada wisata halal Makam Syaichona Moh. Cholil Bangkalan.
6. Untuk mengetahui pengaruh Citra Destinasi Loyalitas Wisatawan melalui kepuasan wisatawan.
7. Untuk mengetahui pengaruh Daya Tarik Wisata Loyalitas Wisatawan melalui kepuasan wisatawan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait perilaku wisatawan pada destinasi wisata halal, khususnya destinasi religi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk memperdalam pemahaman di bidang manajemen pemasaran serta menerapkan ilmu yang diperoleh selama studi di Universitas Trunodjoyo Madura dalam menganalisis pengelolaan wisata halal di Kabupaten Bangkalan.

- b. Bagi Pengelola

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola destinasi dalam mengembangkan strategi pengelolaan wisata halal di Makam Syaichona Moh. Cholil Bangkalan. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam meningkatkan citra destinasi, memperkuat daya tarik wisata, serta menciptakan pengalaman berwisata yang memuaskan, sehingga mampu menumbuhkan loyalitas wisatawan terhadap destinasi tersebut.