

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Salah satu yang menjadi kebutuhan bagi setiap orang saat ini adalah berwisata. Pariwisata memberikan manfaat bagi setiap orang agar dapat melepas penat dalam aktifitas sehari-hari karena dengan berwisata dapat menyegarkan pikiran dan menimbulkan peluang bagi sektor pariwisata yang ada. Pengertian pariwisata menurut undang-undang no.10 tahun 2009 tentang kepariwisataan adalah segala jenis kegiatan yang didukung oleh fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat setempat, para wisatawan, pemerintah pusat, pemerintah daerah, maupun para pengusaha (<http://www.kemenpar.go.id> diakses pada Rabu, 11 September 2019).

Dalam pengembangannya, terdapat jenis pariwisata yang disebut dengan wisata ramah muslim (*Muslim Friendly Tourism*) atau juga dikenal dengan wisata halal. Wisata halal merupakan salah satu jenis pariwisata yang cukup menarik dan berkembang dengan signifikan di dunia hingga saat ini. Wisata halal merupakan alternatif bagi pasar muslim yang tidak hanya ingin mendapatkan kebutuhan wisata, akan tetapi juga kebutuhan spritual disertai dengan tersedianya fasilitas-fasilitas wisata yang sesuai hukum dan syariat Islam. Dalam konteks pengembangan wisata halal, pengembangan wisata halal tidak dapat dilepaskan dari wisata syariah dan wisata religi yang kemudian menjadi wisata halal.

Menurut majalah yang diterbitkan oleh *Mastercard CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019*, menyebutkan ada lima tujuan pengembangan wisata halal, yaitu sebagai berikut :

- Integrasi, Keragaman dan Iman: Hal ini memungkinkan umat Muslim untuk menjadi warga negara aktif didalam komunitas global sambil tetap menjalankan kegiatan ibadah.
- Warisan, Budaya, dan Koneksi: Hal ini berkaitan dengan wisatawan muslim dapat mengenal satu sama lain, mengetahui komunitas lokal, mengenal warisan dan sejarah di daerah tujuan yang mereka pilih.
- Pendidikan, Wawasan dan Kemampuan: Hal ini berkaitan dengan meningkatkan pemahaman diantara masyarakat, meningkatkan

pengetahuan akademis dan industri yang dapat meningkatkan kemampuan para pemangku kepentingan.

- Industri, Inovasi, dan Perdagangan: Hal ini berkaitan dengan timbulnya peluang baru agar meningkatkan perdagangan melalui sektor pariwisata yang juga akan mendorong pertumbuhan di berbagai sektor lainnya.
- Pengembangan pariwisata berkelanjutan dan Kesejahteraan : Hal ini berkaitan dengan mengetahui tanggung jawab para pemangku kepentingan di sektor perjalanan serta dampak sosial bagi para wisatawan, masyarakat luas dan lingkungan sekitar.

Perubahan tren berwisata serta meningkatnya keinginan yang kuat oleh para wisatawan terhadap wisata halal baik pada level domestik ataupun internasional merupakan peluang besar yang harus disikapi secara bijaksana. Tren Wisata halal semakin menjanjikan karena jumlah populasi muslim dunia kini mencapai kedudukan terbesar kedua dengan jumlah 1,8 miliar jiwa atau setara dengan 24% dari populasi masyarakat dunia (<https://www.bbc.com/> diakses pada hari Jumat, 13 September 2019). Setidaknya terdapat 170 juta wisawatan muslim berkelana ke berbagai destinasi wisata yang ada di seluruh dunia (<https://ekonomi.bisnis.com> diakses pada hari Jumat, 13 September 2019). Berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019 juga menyebutkan bahwa Indonesia bersama-sama dengan Malaysia menempati posisi teratas untuk destinasi wisata halal terbaik dengan nilai 78. Laporan ini mencakup 130 tujuan di dunia, di dalam dan diluar Organisasi Kerjasama Islam (OKI) (<https://bisnis.tempo.co> diakses pada hari Senin, 16 September 2019).

#### TOP 10 OIC DESTINATIONS

RANK	GMTI 2019 RANK	DESTINATION	SCORE	CHANGE
1	1	Malaysia 	78	0
1	1	Indonesia 	78	1
3	3	Turkey 	75	1
4	4	Saudi Arabia 	72	1
5	5	United Arab Emirates 	71	-3
6	6	Qatar 	68	0
7	7	Morocco 	67	3
8	8	Bahrain 	66	0
8	8	Oman 	66	1
10	10	Brunei 	65	1

### Gambar 1.1. Sepuluh Negara teratas anggota OKI destinasi wisata halal terbaik

Sumber : Report MasterCard-Cressent Rating Global Muslim Travel Index 2019  
(diakses pada hari Senin, 16 September 2019)

Dapat dilihat pada gambar 1.1. tersebut, Indonesia telah mencapai posisi tertinggi pada indeks melalui usaha berkelanjutan yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata Indonesia untuk berinvestasi dalam industri pariwisata dan perjalanannya serta mengembangkan infrastruktur *Muslim Friendly Tourism*. Sedangkan untuk negara diluar anggota OKI, Singapura terus menjadi tujuan perjalanan ramah Muslim teratas dengan skor 65 kemudian diikuti oleh Thailand, Inggris, Jepang dan Taiwan.

#### TOP 10 NON-OIC DESTINATIONS

RANK	GMTI 2019 RANK	DESTINATION	SCORE	CHANGE
1	10	Singapore	65	0
2	18	Thailand	57	0
3	25	United Kingdom	53	0
3	25	Japan	53	1
3	25	Taiwan	53	2
6	29	South Africa	52	1
7	31	Hong Kong	51	-2
8	34	South Korea	48	5
9	36	France	46	0
9	36	Spain	46	3
9	36	Philippines	46	5

### Gambar 1.2. Sepuluh Negara teratas anggota non-OKI destinasi wisata halal terbaik

Sumber : Report MasterCard-Cressent Rating Global Muslim Travel Index 2019  
(diakses pada hari Senin, 16 September 2019)

Terdapat empat aspek yang menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan destinasi wisata halal terbaik menurut GMTI yang terdiri dari: aksesibilitas, komunikasi, lingkungan, serta jasa dan layanan. Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan pada setiap tahunnya sehingga sekarang dapat berada pada posisi tertinggi bersama dengan Malaysia. Hal ini disebabkan karena Indonesia berada dijalur yang tepat untuk menjadi destinasi perjalanan wisata halal dan pengembangan karakteristik wisata halal sesuai dengan standar global ([www.idntimes.com](http://www.idntimes.com))

Pasar wisata halal hingga kini telah mengalami perubahan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pada awal dekade ini, pelaku usaha hotel dan agen travel menyediakan layanan fungsional yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim.

Hal ini termasuk pilihan variasi makanan halal, kamar mandi yang ramah air, dan fasilitas untuk sholat atau berdoa. Dalam artikel yang berjudul *“halal tourism’s moment in the sun”* CNN (2012) menyatakan bahwa *“with muslim tourist spending growing faster than the global rate, halal tourism is being called travel’s “largest untapped niche market”*. Tren seperti ini terjadi karena peningkatan jumlah wisatawan muslim yang melakukan perjalanan wisata di seluruh dunia. Kemudian, pasar wisata halal indonesia berhasil mencapai pertumbuhan sebesar 18 persen. Jumlah wisatawan muslim yang berasal dari mancanegara yang berkunjung ke destinasi wisata halal unggulan di dunia tercatat sebanyak 2,8 juta dan devisa yang terkumpul mencapai lebih dari Rp 40 triliun (<https://voaindonesia.com> diakses pada hari Senin, 16 September 2019).

Adapun ketika melakukan perjalanan wisata halal dapat diakomodasi oleh suatu lembaga atau travel yang menyediakan paket perjalanan wisata halal. Hal ini dapat memudahkan para wisatawan selama melakukan perjalanan terutama agar lebih mudah dan nyaman selama melakukan wisata. Berikut ini merupakan paket wisata halal yang tersedia di salah satu travel wisata halal terbesar di Indonesia dan yang merupakan destinasi wisata halal ke luar negeri yang paling banyak diminati oleh orang Indonesia:

**Tabel 1.1. Paket Wisata Halal**

No	Paket Wisata	Destinasi
1	Paket Halal Tour Korea Autumn Edition 2020 - 2021	Seoul-Goesan-Jeonju
2	The Best Package Of West Europe + Innsbruck 2020	Milan-Venice-Innsbruck-Frankfurt-Cologne-Amsterdam-Volendam-Brussels-Paris-Zurich-MT.Titlis-Lucerne
3	Paket Tour Halal Murah Eropa Timur + Balkan	Sarajevo-Balgaj-Mostar_Sibenik_Rastoke-Slunj-Zagreb-Szantoz-Budapest-Vienna-Prague-Berlin
4	Wonderful 10D Wisata Halal Russia + Uzbekistan	Ashkent -Saint Petersburg- Moscow - Samarkand -Gijduvan -Bukhara
5	Paket Tour 11 Hari Aqso (Napak Tilas di Bumi Para Nabi)	Cairo-Aqso-Amman

Sumber: Cheria Halal Holiday (2020)

Selain itu, para wisatawan Muslim juga cenderung dapat menghabiskan lebih banyak uang dibandingkan para wisatawan biasa pada umumnya. Hal ini berdasarkan data pada tahun 2017 jumlah pengeluaran wisatawan Muslim dunia mencapai USD177 miliar. Sedangkan wisatawan biasa rata-rata hanya menghabiskan sekitar USD1000. Hal ini tidak hanya terjadi pada wisatawan dari Timur Tengah seperti Uni Emirat Arab dan Kuwait, namun juga merata dari benua lainnya misalnya Eropa seperti Rusia, dan Asia seperti Malaysia (<https://okezone.com> diakses pada hari Senin, 16 September 2019). Hal ini dikarenakan wisatawan muslim tidak ragu untuk mengeluarkan budget yang lebih saat berwisata. Hal ini disebabkan karena wisatawan muslim sangat mengutamakan kenyamanan dalam perjalanan. Maka pengeluaran terbesar ada di sektor akomodasi contohnya seperti pesawat dan penginapan kemudian disusul oleh sektor makanan dan minuman yang *muslim friendly*. Pada umumnya saat berwisata, wisatawan paling banyak menghabiskan sekitar 60 sampai 70 persen ada di sektor akomodasi seperti hotel berbintang dan tiket pesawat. Kemudian pada sektor makanan dan minuman, wisatawan Muslim mancanegara terutama dari Timur Tengah kurang cocok dengan makanan lain selain makanan khas Timur Tengah. Hal ini lah yang harus disesuaikan pada sektor wisata halal. Jika semakin banyak restoran halal yang tersedia di destinasi wisata tersebut maka akan semakin banyak dikunjungi.

Dari beberapa karakteristik diatas dapat dilihat bahwa pada dasarnya kebutuhan wisatawan Muslim dapat dikerucutkan lebih spesifik lagi sehingga Indonesia tahun 2019 ini dapat menjadi nomor satu Destinasi Pariwisata Halal Terbaik Dunia versi GMTI (*Global Muslim Travel Index*). Sebagai salah satu negara dengan penduduk mayoritas muslim, Indonesia terus melakukan upaya pengembangan pariwisata halal.

Jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia pun meningkat hingga 7,83 juta kunjungan atau naik 4,01 persen dari sebelumnya, yaitu 7,53 juta kunjungan sepanjang Januari-Juni 2019. Dilansir dari laman Setkab.go.id, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ini terdiri dari wisatawan yang berkunjung melalui pintu masuk udara, darat, dan laut. Masing-masing pintu, memiliki jumlah kunjungan yang berbeda. Kunjungan melalui pintu masuk udara sebanyak 4,52 juta kunjungan, kunjungan melalui pintu masuk darat sebanyak 1,19 juta kunjungan, dan kunjungan melalui pintu masuk laut sebanyak 2,11 juta kunjungan (<https://setkab.go.id> diakses pada hari Senin, 16 September 2019/).

Namun disamping itu, masih banyak juga orang Indonesia yang lebih memilih berpergian ke Luar Negeri dibanding mengunjungi destinasi di Indonesia sendiri. Melalui Uraian yang dirilis oleh (*Bisnis.com diakses pada hari Senin, 16 September 2019/*) mengungkapkan bahwa jumlah wisatawan Indonesia yang lebih memilih ke luar negeri pada tahun 2019 telah mencapai angka 10 juta orang. Selain itu, berdasarkan artikel yang dilansir oleh (*detik travel.com diakses pada hari 11 Januari 2020*) mengungkapkan bahwa 20 juta orang Indonesia mampu berpergian ke Luar Negeri dengan wisata halal juga mengalami kenaikan. Wisatawan Indonesia yang berpergian ke luar negeri juga disebabkan oleh mahalnya tiket pesawat tujuan dalam negeri. Dalam artikel tersebut disebutkan bahwa pasar muslim traveler cukup menjanjikan karena setiap tahun meningkat dan diprediksi dapat menghasilkan hingga USD 10 juta atau setara Rp 141.7 miliar. Potensinya dapat mencapai miliaran dolar karena banyak orang Indonesia yang memilih pergi ke luar negeri. Dalam tiga tahun terakhir juga mengalami kenaikan dari sektor wisata halal. Hal ini diungkapkan oleh Co Founder HTK (Halal Travel Konsorsium) yang merupakan salah satu pelopor wisata halal dan tergabung dalam ATHIN (Asosiasi Travel Halal Indonesia).

Berdasarkan hal yang disebutkan diatas, menunjukkan bahwa terdapat motivasi dalam melakukan perjalanan wisata yang cukup tinggi oleh wisatawan Indonesia dengan memilih melakukan perjalanan ke Luar Negeri. Motivasi secara intrinsik terbentuk karena adanya kebutuhan maupun keinginan dari manusia. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Abraham A.Maslow yang menyatakan bahwa manusia dimotivasi untuk memuaskan sejumlah kebutuhan yang terdapat pada diri setiap manusia yang cenderung bersifat bawaan (Dewi, et al : 2017). Lebih lanjut, Maslow juga mengatakan bahwa kebutuhan manusia memiliki tingkat atau jenjang, mulai dari tingkatan yang paling rendah yaitu kebutuhan fisik, rasa aman, sosial, pengakuan sampai dengan kebutuhan tertinggi yaitu kebutuhan untuk melakukan aktualisasi diri. Berdasarkan teori tersebut, maka setiap manusia terdorong melakukan perjalanan untuk memenuhi kebutuhannya seperti : kebutuhan ekonomi, kebutuhan politik, kebutuhan keamanan, kebutuhan kesehatan dan kecantikan, kebutuhan bermukim, kebutuhan keagamaan, kebutuhan pendidikan atau penelitian, kebutuhan minat budaya, kebutuhan hubungan keluarga, kebutuhan rekreasi atau liburan, kebutuhan konvensi dan pameran, kebutuhan olahraga dan kebutuhan dinas (Muljadi, 2014:6).

Menurut Dewi, Mahendra, dan Wiranatha (2017:209) motivasi perjalanan berwisata seseorang dibagi menjadi dua faktor yaitu faktor pendorong dan faktor penarik. Faktor pendorong (*push factors*) merupakan (*intrinsic motivation*) yaitu faktor-faktor yang berkaitan dengan keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan yang berasal dari dalam dirinya sendiri, sedangkan faktor penarik (*pull factors*) merupakan faktor eksternal (*extrinsic motivation*) yang memotivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Faktor penarik berhubungan dengan kualitas destinasi yang menarik bagi wisatawan (*destination-specific attributes*). Menurut penelitian yang pernah dilakukan oleh Hasan, Ahmad, dan Fathilah (2018) terkait Motivasi Perjalanan, Kepuasan, dan Minat menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara Faktor Pendorong dan Penarik (*Push and Pull Factors*) terhadap Kepuasan (*Satisfaction*) dan Minat (*Intention*) wisatawan untuk berkunjung. Semakin baik faktor pendorong dan penarik maka semakin tinggi kepuasan dan minat wisatawan untuk berkunjung.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Khuong dan Ha (2014) yang berkaitan dengan Motivasi Perjalanan yaitu Faktor Pendorong (*Push Factors*) adalah sebagai berikut, yaitu: mengunjungi tempat yang belum pernah dikunjungi sebelumnya, mempelajari sesuatu yang baru dan menarik, mengunjungi daerah lain, bertemu dan bersosialisasi dengan masyarakat sekitar, dan untuk beristirahat dari rutinitas sehari-hari. Sedangkan untuk Faktor Penarik (*Pull Factors*) adalah sebagai berikut, yaitu: fasilitas yang baik, festival khusus, sejarah, budaya, seni, agama, makanan, atraksi, pemandangan alam, cuaca, aman dan mudah diakses.

Setiap orang yang melakukan perjalanan memiliki motivasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi untuk melakukan wisata. Begitu juga dengan melakukan perjalanan Wisata Halal. Berkaitan dengan konsep halal, menurut Nashrulloh (2015) menyatakan bahwa religiusitas merupakan salah satu faktor pendorong yang dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal ini didasari atas keputusan konsumen untuk memilih wisata halal tergantung kadar keimanan mereka. Aktifitas religiusitas tidak hanya terjadi ketika seseorang melakukan ritual ibadah, akan tetapi juga ketika melakukan aktifitas lain yang didorong oleh kekuatan dari eksternal diri mereka dan tidak hanya berkaitan dengan aktifitas yang tampak dan dapat dilihat oleh mata, akan tetapi juga aktifitas yang terjadi dari dalam hati seseorang. Religiusitas seseorang juga terdiri dari berbagai macam sisi dan dimensi (RK Azizah : 2016)

Menurut Miatun (2018), religiusitas dijadikan sebagai salah satu dasar dari hidup seseorang dalam agama Islam. Prinsip gaya hidup yang berlebihan menunjukkan bahwa segala sesuatu akan dianggap baik jika hal tersebut telah sesuai dengan kesenangan yang akan diperoleh. Akan tetapi, pada dasarnya seseorang yang religius akan selalu berusaha untuk berbuat kebaikan yang tidak hanya untuk dirinya sendiri tetapi juga untuk orang lain. Religiusitas merupakan suatu simbol sistem keyakinan, nilai, dan perilaku yang memusatkan berbagai persoalan-persoalan duniawi yang keseluruhan maknanya disimpulkan dalam suatu keyakinan hakiki. Terdapat beberapa dimensi dari religiusitas diantaranya yaitu: Ideologi/keyakinan, Praktik, pengalaman, pengetahuan dan konsekuensi.

Berkaitan dengan konsep wisata halal yang merupakan alternatif pasar bagi muslim, maka dalam penelitian ini akan mengukur religiusitas seorang muslim atau yang beragama Islam saja. Hal ini berkaitan dengan keputusan konsumen yang berminat memilih wisata halal tergantung kadar keimanan mereka yaitu sebagai seorang muslim.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai wisata halal dengan tujuan untuk mengetahui faktor pendorong dan penarik yang menjadi motivasi wisatawan asal Indonesia yang melakukan perjalanan wisata halal ke luar negeri dan menganalisis apakah tingkat religiusitas seseorang mempengaruhi faktor pendorong dan penarik wisatawan yang memiliki minat wisata halal ke luar negeri. Maka penelitian ini mengambil judul skripsi: **“Pengaruh Faktor Pendorong dan Penarik Minat Wisata Halal ke Luar Negeri dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderator”**.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana faktor pendorong wisata halal ke Luar Negeri?
- b. Bagaimana faktor penarik wisata halal ke Luar Negeri?
- c. Bagaimana minat wisata halal ke Luar Negeri?
- d. Bagaimana pengaruh faktor pendorong terhadap minat wisata halal ke Luar Negeri?



- e. Bagaimana pengaruh faktor penarik terhadap minat wisata halal ke Luar Negeri?
- f. Apakah religiusitas memoderasi hubungan antara faktor pendorong dan faktor penarik terhadap minat wisata halal ke luar negeri ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis beberapa poin di bawah ini, yaitu :

- a. Faktor pendorong wisata halal ke Luar Negeri
- b. Faktor penarik wisata halal ke Luar Negeri
- c. Minat wisata halal ke Luar Negeri
- d. Pengaruh faktor pendorong terhadap minat wisata halal ke Luar Negeri
- e. Pengaruh faktor penarik terhadap minat wisata halal ke Luar Negeri
- f. Pengaruh Religiusitas sebagai moderasi terhadap faktor pendorong dan faktor penarik minat wisata halal ke Luar Negeri

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini yaitu :

- a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi pembaca, memberikan gambaran mengenai Faktor Pendorong dan Faktor Penarik Wisata halal mancanegara dan melengkapi wawasan keilmuan teori terkait sehingga berguna untuk pengembangan wisata halal dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

- b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu masukan bagi wisata di Indonesia, terutama untuk mengembangkan strategi pemasaran wisata halal yang lebih baik.

### **1.5. Waktu dan Pelaksanaan Penelitian**

Waktu dan pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan selama lima bulan, yaitu dari bulan September sampai bulan Januari 2019.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini akan menjelaskan mengenai secara umum isi penelitian yang meliputi gambaran umum penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini akan mengemukakan tentang hasil kajian kepustakaan terkait dengan topik pembahasan dan variabel penelitian untuk dijadikan sebagai dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis yang meliputi rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini akan menjelaskan mengenai jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas serta teknik analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan tentang uraian hasil penelitian dan pembahasan penelitian mengenai Faktor Pendorong, Faktor Penarik, Minat, dan Religiusitas sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan juga saran-saran yang akan direkomendasikan oleh peneliti kepada penelitian selanjutnya.