

# BAB I

## 1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan kegiatan yang kompleks, multidisiplin, multidimensi, dan multisektoral yang melibatkan sektor pemerintah, *stakeholder*, serta masyarakat. Pariwisata salah satu sektor industri yang berkembang sangat pesat. Dan menjadi sektor pendukung perekonomian dunia secara global. pada tahun 2015 mengalami kenaikan 4,4% kedatangan wisatawan internasional, mencapai total 1.184 juta pada tahun 2015, meningkat 4 % sejak tahun pasca 2010 (UNWTO, 2015).

Banyaknya publikasi dan promosi pariwisata melalui internet menjadi faktor penarik wisatawan muslim yang berasal dari berbagai negara untuk berwisata. Wisata halal menjadi salah satu trend di pasar dunia. Mulai dari fasilitas halal, makanan halal, hingga penginapan halal banyak dikedepankan oleh berbagai negara. Bukan hanya di negara-negara Muslim, tujuan wisata halal juga kini banyak kita temui di berbagai negara non-muslim di seluruh dunia. Misalnya saja Thailand yang mengeluarkan aplikasi khusus untuk wisatawan Muslim agar negaranya dapat lebih ramah pada wisatawan Muslim (Afif, 2015)

Menurut Kemenpar (2016) wisata halal memiliki potensi yang perlu dimaksimalkan oleh para pelaku industri wisata dan pemerintah. Secara global, pertumbuhan wisata halal rata-rata 6% lebih cepat dari subsektor pariwisata lainnya. Wisatawan muslim di dunia mencapai USD145 miliar dari sekitar 108 juta orang. Hingga 2020, jumlah wisatawan muslim diperkirakan mencapai 150 juta orang.

Pariwisata halal dinilai memiliki prospek yang cukup bagus dalam perkembangan pariwisata di Indonesia. Potensi pasar pariwisata halal makin prospektif karna jumlah pendapatan yang didapatkan dari wisatawan muslim terbilang tinggi. Rata-rata kaum muslim yang ada di Asia, Amerika, dan Eropa merupakan kalangan kelas menengah. Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menjadikan Indonesia sebagai salah satu destinasi wisata halal di dunia. Tiga provinsi di Indonesia telah ditetapkan sebagai destinasi wisata halal yaitu, Aceh, Sumatera Barat, dan Nusa Tenggara Barat (NTB) telah ditetapkan pemerintah sebagai destinasi wisata halal di Indonesia.

Pariwisata menyumbang 10% untuk GDP Indonesia, dengan nominal tertinggi di ASEAN. Pertumbuhan GDP pariwisata adalah 4,8%, tingkat pertumbuhan ini lebih tinggi dibandingkan dari industri pertanian, otomotif, manufaktur dan pertambangan. Pada tahun 2015, pariwisata valuta asing peringkat nomor 4, dibandingkan dengan sektor lainnya, dengan kontribusi dari 9,3%. Di sektor pariwisata mengalami tingkat pertumbuhan 13%, sedangkan industri lain seperti minyak dan gas, batubara, minyak sawit mentah mengalami pertumbuhan negatif. Sektor pariwisata di Indonesia telah memberikan kontribusi 9,8 juta pekerjaan sekitar 8,4% dalam skala nasional, dan tingkat pertumbuhan total sektor pariwisata adalah sebesar 30% dalam jangka waktu 5 tahun (Yahya, 2016).

Indonesia sudah mempunyai modal dasar yang lebih baik dibanding negara lain dengan populasi muslim terbesar di dunia, memiliki potensi yang beragam, dan menarik dengan kekayaan alam dan budaya yang dimiliki oleh

Indonesia. Hal tersebut akan menjadikan Indonesia menjadi tujuan utama wisatawan mancanegara.

Potensi terhadap pengembangan wisata halal di Indonesia semakin diperkuat dengan *launching* pariwisata syari'ah pada tanggal 30 Oktober 2013 pada acara Indonesia Halal Expo (INDEX) di Jakarta *Internasional Expo* yang didukung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan Majelis Ulama Indonesia (Wisata Indonesia,2013).

Melihat peluang tersebut, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah mencantumkan beberapa provinsi yang akan dikembangkan menjadi pariwisata halal di Indonesia. Salah satu daerah yang akan dikembangkan menjadi wisata halal yaitu provinsi Sumatera Barat.

Kontribusi sektor pariwisata dalam perekonomian Sumatera Barat terbesar berasal dari jasa hiburan rekreasi dan restoran, disamping pengangkutan, komunikasi dan perdagangan besar dan kecil. Besarnya kontribusi sektor pariwisata dalam pembentukan nilai PDRB provinsi Sumatera Barat tentunya sangat ditentukan oleh pengeluaran wisatawan mancanegara dan nusantara yang berkunjung ke wilayah destinasi Sumatera Barat, termasuk investasi pada usaha jasa pariwisata seperti pada penyediaan jasa hotel dan jasa penyediaan makanan dan minuman pada restoran dan rumah makan dengan suguhan khas kuliner masakan Minangkabau. Penyelenggaraan jasa hiburan dan rekreasi, bahkan penyelenggaraan pertemuan, insentif, konferensi atau pameran. Berikut data jumlah kunjungan wisatawan ke Sumatera Barat dari tahun 2010 - 2014 :

Tabel 1

Wisatawan	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
M mancanegara	30.390	34.522	36.623	48.710	56.111
Nusantara	4.575.601	5.105.321	5.850.033	6.261.363	6.605.738

*Sumber : Data Statistik Dan Profil Kepariwisataaan Sumatera Barat (2014).*

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan wisatawan mancanegara mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dilihat dari tabel di atas peningkatan dari tahun 2010 sampai tahun 2014 cukup signifikan. Begitupun kepada wisatawan nusantara, juga mengalami peningkatan yang signifikan pada tahun-tahun selanjutnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa potensi pasar wisata halal di Sumatera Barat besar sekali, tetapi belum banyak pelaku usaha yang sadar akan potensi ini karena wisata halal terkesan eksklusif hanya untuk orang muslim. Persepsi inilah yang akan diklarifikasi terhadap pengembangan konsep dan prinsip wisata halal, agar pasar tidak hanya terbatas karena perbedaan keyakinan.

Wisata halal adalah perjalanan wisata pada umumnya, untuk wisatawan muslim dimana terdapat dukungan ketersediaan produk dan jasa wisata sesuai dengan kaidah atau norma islam, serta kenyamanan untuk melaksanakan ibadah saat melakukan perjalanan wisata (Lenggogeni, 2016). Misalnya, hotel atau destinasi menyediakan fasilitas untuk beribadah, toilet basah, tidak menjual minuman alkohol, layak dan nyaman untuk bersuci, menyediakan makanan dan minuman halal, menetapkan batas muhrim yang jelas dan tidak ada suasana hiburan maksiat (Chookaew, 2015).

Kuatnya budaya islam yang ada di Sumatera Barat merupakan factor berikutnya yang menjadi pertimbangan penetapan Sumatera Barat sebagai daerah wisata halal, akan memberikan dayatarik tersendiri bagi wisatawan untuk berkunjung ke Sumatera Barat. Penetapan Sumatera Barat sebagai daerah pengembangan wisata halal di Indonesia pada tanggal 12 mei 2016, merupakan suatu langkah yang baik untuk memajukan pariwisata Sumatera Barat dan menjadi contoh bagi daerah lain yang ingin menetapkan kebijakan wisata halal (Marlina, 2016).

Banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang wisata halal, bahkan wisata halal masih asing terdengar oleh masyarakat awam. Pada umumnya masyarakat yang mengira bahwa wisata halal sama dengan wisata religi, wisata halal berbeda dengan wisata religi. Wisata religi contohnya seperti ziarah ke makam para Nabi dan juga umroh. Sedangkan, wisata halal sangat mengedepankan produk-produk halal dan aman dikonsumsi wisatawan muslim. Namun, bukan berarti wisatawan non-muslim tidak bias menikmati wisata halal. Bagi yang non-muslim, wisata halal dengan produk halal ini adalah jaminan sehat. Karena pada prinsipnya, implementasi kaidah syariah itu berarti menyingkirkan hal-hal yang membahayakan bagi kemanusiaan dan lingkungannya dalam produk maupun jasa yang diberikan, dan tentu memberikan kebaikan. Dengan nilai-nilai keislaman yang ada pada pariwisata halal bukan hanya bermanfaat bagi industry pariwisata tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat dalam meningkatkan keimanan, menjadi manusia yang lebih baik dan mencegah terjadinya hal yang bersifat *mudharat* bagi masyarakat (Sofyan, 2012).



Masyarakat Sumatera Barat dikenal punya tradisi merantau yang kuat. Mereka telah mengembara ke wilayah Asia Tenggara lainnya sejak berabad-abad yang lalu. Keturunan mereka sampai saat ini masih ada bahkan berkembang di banyak tempat seperti Jambi, Bengkulu, Sulawesi, Sumatera Utara, Kalimantan, Nusa Tenggara, Malaysia, dan lain-lain. Pada 2008 pernah ditetapkan wacana Pulang Basamo Minang sedunia. Usulan tersebut punya syarat, antara lain, tiap perantau minimal membawa satu orang luar. Hal demikian bertujuan memperkenalkan Sumbar kepada orang lain (<https://shidajatart.wordpress.com/tag/minangkabau/> di akses pada tanggal 27 oktober 2016).

Dunia wisata juga tidak lepas dengan kata persaingan, masing-masing tempat wisata memberikan keunggulan yang mereka miliki dan tentunya dengan pelayanan yang baik, khususnya di Sumatera Barat. Tempat wisata di Sumatera Barat saat ini selalu bertambah terutama pariwisata bahari yang sangat diminati para wisatawan. Wisata halal di Sumatera Barat merupakan icon wisata terbaru, dengan destinasi wisata yang memiliki view yang sangat berbeda dan sangat nyaman untuk wisatawan supaya wisatawan nusantara maupun mancanegara berminat untuk datang ke Sumatera Barat. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: **“Peranan Persepsi Nilai, Persepsi Merek Terhadap Intensi Perilaku Berkunjung Pada Destinasi Wisata Halal Dalam Momen Lebaran)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana peranan persepsi nilai, tentang wisata halal berpengaruh terhadap intense berkunjung khususnya para wisatawan nusantara yang ada di Sumatera Barat?
2. Bagaimana persepsi merek tentang wisata halal berpengaruh terhadap intensi berkunjung khususnya para wisatawan nusantara yang ada di Sumatera Barat?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, yaitu sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh antara persepsi nilai tentang wisata halal terhadap intense berkunjung khususnya para wisatawan nusantara yang ada di Sumatra Barat.
2. Mengetahui pengaruh antara persepsi merek tentang wisata halal terhadap intense berkunjung khususnya para wisatawan nusantara yang ada di Sumatra Barat.

### **2.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Dapat digunakan sebagai referensi kepustakaan dalam memberikan kontribusi positif bagi kemajuan dan pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu manajemen pemasaran/ bagi peneliti dapat digunakan sebagai tambahan pengalaman dan pengetahuan di bidang pemasaran.

## 2. ManfaatManajerial

Memberikan sumbangan kajian dan gambaran dari wisata halal, dan mendorong penelitian lainnya tentang topik yang sama.

### 1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan, merupakan bab yang menguraikan tentang latar belakang masalah perumusan masalah, tujuan penelitan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori, bab ini memaparkan landasan teori yang berisi tentang konsep dan defenisipersepsi konsumen, pariwisata halal, dan intensi berkunjung, serta penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan model penelitian.

BAB III : Metode Penelitian, bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, skala pengukuran data, pengolahan data dan pengujian data.

BAB IV : Tentang hasil penelitian dan pembahasan, pada bab ini berisi gambaran umum responden, distribusi frekuensi, deskripsi variabel penelitian, pengujian data, uji validitas, uji reliabilitas, uji model dan uji hipotesis.

BAB V : Penutup, bab ini merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran bagi penelitian dimasa yang akan datang.

