

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, terlihat dari bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang penting dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian nasional. Menurut Badan Pusat Statistik (2015), sektor pariwisata Indonesia berkontribusi 4% dari total perekonomian. Dampak kepariwisataan terhadap PDB Nasional di tahun 2008 adalah sebesar Rp 153,25 triliun (3,09%) dan terus mengalami peningkatan di tahun 2010 adalah sebesar 261,1 triliun (4,1%) dari PDB Nasional. Penciptaan PDB di sektor pariwisata terjadi melalui pengeluaran wisatawan mancanegara, anggaran pariwisata pemerintah, pengeluaran wisatawan mancanegara dan investasi usaha pariwisata yang meliputi: usaha daya tarik wisata, usaha kawasan wisata, jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran, jasa informasi pariwisata dan lain lain (Renstra Kemenparekraf, 2012-2014:XXVII). Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia, dapat dilihat pada data jumlah kunjungan wisatawan asing ke Indonesia mulai dari tahun 2013-2016.

Di bawah ini merupakan data kunjungan wisatawan asing ke Indonesia pada tahun 2013-2016.

Tabel 1.1
Data Kunjungan Wisatawan Asing di Indonesia Tahun 2013-2016

Bulan	Tourist Arrivals 2013	Tourist Arrivals 2014	Tourist Arrivals 2015	Tourist Arrivals 2016
Januari	614.328	753.079	723.039	814.303
Februari	678.415	702.666	786.635	888.309
Maret	725.316	765.607	789.596	915.019
April	646.117	726.332	749.882	901.095
Mei	700.708	752.363	793.499	915.206
Juni	789.594	851.475	815.148	857.651
Juli	717.784	777.210	814.233	1.032.741
Agustus	771.009	826.821	850.542	1.031.986
September	770.878	791.296	869.179	1.006.653
Oktober	719.900	808.767	825.818	1.040.651
Nopember	807.422	764.461	777.976	
Desember	766.966	915.334	913.828	
Total	8.802.129	9.435.411	9.729.350	

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2016

Tabel di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan antara tahun 2016 dan 2015. Tercatat untuk jumlah kunjungan pada bulan Oktober 2016 sebesar 1.040.651 lebih tinggi dari jumlah kunjungan pada bulan Desember 2015 sebesar 913.828. Selain itu dalam *Travel & Tourism Competitiveness Report* dari *World Economic Forum*, yang mengukur sejumlah faktor dan kebijakan yang memungkinkan perkembangan berkelanjutan dari sektor travel & wisata yang pada gilirannya berkontribusi pada pembangunan dan daya kompetitif Indonesia yang melompat dari peringkat 70 di tahun 2013 menjadi peringkat 50 di tahun 2015.

Kontribusi sektor yang paling nyata adalah terhadap penerimaan devisa negara. Tambahan devisa dari sektor pariwisata selama ini turut mendukung penguatan cadangan devisa. Posisi cadangan devisa yang kuat pada gilirannya akan mendorong penguatan (apresiasi) nilai tukar rupiah terhadap

valuta asing, terutama terhadap US dolar (Nizar, 2012). Data BPS sebagaimana dikutip Kementerian Pariwisata (www.kemenpar.go.id) menunjukkan bahwa ranking devisa pariwisata terhadap 11 ekspor barang terbesar selama lima tahun terakhir (2010-2014) selalu mengalami peningkatan. Tahun 2010 pariwisata menyumbang angka 7,6 miliar dollar AS. Angka ini terus naik dari tahun ke tahun. Tahun 2011 menjadi 8,5 miliar dollar AS, tahun 2012 menjadi 9,1 miliar dollar AS, tahun 2013 menembus angka 10 miliar dollar AS, dan tahun 2014 mendekati 11,2 miliar dollar AS. Posisi pariwisata dibanding komoditas lain juga relatif stabil. Angka-angka di atas kiranya bisa untuk dijadikan alasan guna mengangkat pariwisata sebagai sektor unggulan dalam upaya mendulang devisa. Sektor-sektor yang memiliki keterkaitan langsung dengan kegiatan pariwisata antara lain adalah agen perjalanan, operator wisata, hotel serta restoran, sedangkan yang bersifat tidak langsung antara lain adalah dengan sektor perbankan, perusahaan asuransi, transportasi, budaya dan layanan lain yang dibutuhkan untuk mendukung kegiatan perjalanan dan pariwisata.

Pariwisata juga berkontribusi terhadap perekonomian Sumbar. Kontribusi sektor pariwisata dalam perekonomian Sumatera Barat tahun 2008 adalah sebesar Rp.17.302 milyar naik tahun 2012 menjadi Rp 43.912 milyar nilai ini mencapai lebih dari 34,53% dari total PDRB Sumatera Barat itu sendiri. Kontribusi terbesar itu 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,eksibisi/atau pameran. Berikut tabel data kunjungan wisatawan ke Sumatra Barat.

Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Wisman)
ke wilayah Sumatra Barat dan relatif Terhadap Regional Sumatra dan
Nasional

Tahun	Wisman Sumbar	Wisman Sumatera	Wisman Nasional	% Wisman Sumatera	% Wisman Nasional	% Wisman Sumatra terhadap Nasional
2009	51.002	1.669.923	6.323.730	3,05	0,81	26,41
2010	27.482	1.725.423	7.002.944	1,59	0,39	24,64
2011	30.585	1.954.728	7.649.731	1,56	0,40	25,55
2012	32.768	2.006.052	8.844.462	1,63	0,37	22,68
2013	44.135	2.154.697	8.802.129	2,05	0,50	24,48

Sumber: Pusdatin, Kemenparekraf, 2014

Berdasarkan tabel diatas, kunjungan wisman ke Sumatera Barat tertinggi pada tahun 2009 sebanyak 51.002 orang dan disusul pada tahun 2013 sebanyak 44.135 orang. Selain itu persentase jumlah kunjungan wisman ke Sumatera Barat relatif terhadap wisman Nasional yaitu pada tahun 2013 24,48 % yang mengalami peningkatan dari tahun 2012 22,68%.

Sebagai industri tanpa asap, pariwisata terus mengalami perkembangan yang luar biasa dari yang bersifat konvensional (massal, hiburan, dan tamasya) menjadi mengarah pada pemenuhan gaya hidup (*lifestyle*). Data (BPS, 2010)

menunjukkan bahwa Indonesia saat ini sebagai Negara dengan mayoritas penduduk Muslim terbesar di dunia, dengan jumlah penduduk Muslim sebesar 207.176.162, maka sudah sepatutnya sektor pariwisata melihat hal ini sebagai sebuah ceruk pasar yang sangat potensial, dengan mengembangkan wisata halal. *Trend* wisata halal sebagai salah satu pemenuhan gaya hidup saat ini telah menjadi kekuatan pariwisata dunia yang mulai berkembang pesat. Di beberapa negara di dunia, terminologi wisata halal menggunakan beberapa nama yang cukup beragam diantaranya *Islamic Tourism, Halal Friendly Tourism Destination, Halal Travel, Muslim-Friendly Travel Destinations, halal lifestyle*, dan lain-lain. Pariwisata halal dipandang sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami.

Berdasarkan Studi yang dilakukan oleh *MasterCard* dan *CrescentRating* (2016) dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2016, Indonesia merupakan salah satu negara anggota OKI (Organisasi Konferensi Islam) yang masuk sepuluh besar daerah tujuan wisata muslim dunia. Hasil GMTI pada tahun 2016 menempatkan Indonesia sebagai daerah tujuan wisata muslim dunia, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Sepuluh Besar Negara Tujuan *Organisation of Islamic Cooperation* (OIC)
dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2016

RANK	GMTI 2016 RANK	DESTINATION	SCORE
1	1	Malaysia	81.9
2	2	Uni Arab Emirates	74.7
3	3	Turkey	73.9
4	4	Indonesia	70.6
5	5	Qatar	70.5
6	6	Saudi Arabia	70.4
7	7	Oman	70.3
8	9	Morocco	68.3
9	10	Jordan	65.4
10	11	Bahrain	63.3

Sumber: CrescenRating, GMTI Report 2016

Berdasarkan *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2015 dalam kelompok destinasi *Organisation of Islamic Cooperation* (OIC), menunjukkan posisi Indonesia berada pada peringkat 4 dengan total score 70.6, posisi Indonesia saat ini mengalami peningkatan. Pada data GMTI yang dirilis tahun 2015 Indonesia berada pada peringkat 5. Tahun ini Indonesia naik satu peringkat dan berada di atas Qatar, Turki menempati peringkat ketiga dengan skor 73.9.

Kriteria yang digunakan dalam GMTI 2016 mengacu pada tiga tema berikut: (1) Liburan wisata yang ramah dan tujuan wisata yang aman, (2) Layanan Muslim yang ramah dan fasilitas di tempat tujuan, (3) Kesadaran akan wisata halal dan opsi akomodasi. Jumlah kunjungan wisman ke Indonesia beberapa tahun terakhir ini di dominasi oleh wisman asal Negara-negara ASEAN seperti Malaysia, Singapura, dan lain-lain. Selain itu juga dari beberapa Negara Eropa, terutama Rusia, kemudian dari Amerika, Australia, dan Negara-negara Timur Tengah seperti Saudi Arabia, Qatar, dan lain-lain. Dari beberapa Negara tersebut,

potensi kunjungan terbesar wisman ke Indonesia dari luar Negara-negara ASEAN ialah dari Timur Tengah terutama Saudi Arabia, Uni Emirat Arab dan beberapa negara di kawasan teluk (Suherlan, 2011).

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik dan Pusat Data dan Informasi Kementerian Pariwisata, angka wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia dari beberapa negeri Timur Tengah berdasarkan kebangsaan, yaitu Bahrain sebesar 98 orang pada tahun 2013 menjadi 99 orang pada tahun 2014 (naik 1,02 persen), Mesir sebesar 675 orang pada tahun 2013 menjadi 733 orang pada tahun 2014 (naik 8,59 persen), dan Uni Emirat Arab sebesar 1.322 orang menjadi 1.428 orang (naik 8,02 persen), sedangkan Arab Saudi mencatat angka pertumbuhan turun 3,90 persen dari 7.522 orang (tahun 2013) menjadi 7.229 orang tahun 2014 (Kempar, 2015).

Indonesia memiliki banyak pilihan destinasi wisata di setiap provinsi dan tempat-tempat tersebut telah di dukung dengan budaya yang mencerminkan ciri khas masing-masing daerah. Terdapat 13 (tiga belas) provinsi yang dipersiapkan Indonesia untuk menjadi destinasi wisata halal, yakni Nusa Tenggara Barat (NTB), Nangroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Bali (IndonesiaTravel, 2013). Wilayah tujuan wisata halal tersebut ditentukan berdasarkan kesiapan sumber daya manusia, budaya masyarakat, produk wisata daerah, serta akomodasi wisata. Sejalan dengan upaya pembangunan kepariwisataan di Indonesia, maka masing-masing daerah di kepulauan Indonesia bertindak secara gencar mengelola dan mengembangkan

potensi–potensiyang dimiliki agar bisa menjadi daerah tujuan wisata yang banyak diminati wisatawan domestik maupun mancanegara. Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi di indonesia yang menjadi tujuan wisata.

Wisatawan asing yang berkunjung ke Sumatera Barat berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat tahun 2014 sebanyak 56.11 orang atau naik sebesar 15,50% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Fasilitas yang cukup baik serta sering diadakannya berbagai festival dan event internasional, menjadi pendorong datangnya wisatawan ke provinsi ini. Beberapa kegiatan internasional yang diselenggarakan untuk menunjang pariwisata Sumatera Barat adalah lomba balap sepeda *Tour de Singkarak*, event paralayang *Event Fly for Fun in Lake Maninjau*, serta kejuaraan selancar *Mentawai Internasional Pro Surf Competition*. Sumatera Barat memiliki hampir semua jenis objek wisata alam seperti laut, pantai, danau, gunung, dan ngarai. Selain itu pariwisata Sumatera Barat juga banyak menjual budayanya yang khas, seperti Festival Tabuik, Festival Randang, permainan kumudu, dan seni bertenun. Disamping wisata alam dan budaya, Sumatera Barat juga terkenal dengan wisata kulinernya. Banyak tempat yang memiliki ciri khas dan daya tarik masing-masing yang mendukung daerah Sumatera Barat sebagai destinasi wisata. Dimana pengembangan pariwisata halal dilihat dari empat komponen usaha pariwisata, yaitu: (1) Perhotelan, (2) Restoran, (3) Biro atau jasa perjalanan wisata, (4) Spa (Kemenparekraf, 2015).

Dari 13 (tiga belas) provinsi yang dipersiapkan Indonesia untuk menjadi destinasi wisata halal, Kementerian Pariwisata telah menetapkan tiga provinsi jadi destinasi wisata halal, diantaranya: (1) Sumatera Barat, (2) Aceh, (3) Nusa

Tenggara Barat. Masing- masing dari 3 Provinsi diatas harus memenuhi salah satu atau lebih dari 14 kategori pemberian penghargaan Anugrah Pariwisata Halal Terbaik 2016 ,untuk 14 Kategori tersebut meliputi: (1) Airport Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, (2) Hotel Keluarga Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, (3) Resort Pantai Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, (4) Kategori Penerbangan Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, (5) Biro Perjalanan Wisata Halal Terbaik, (6) Website Travel Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, (7) Destinasi Bulan Madu Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, (8) Operator Haji dan Umroh Terbaik, (9) Destinasi Wisata Halal Terbaik, (10) Destinasi Kuliner Halal Terbaik, (11) Kategori Kapal Pesiar Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, (12) Kategori Hotel Luxurious Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, (13) Destinasi Budaya Ramah Wisatawan Muslim, (14) Kategori Apartemen Ramah Wisatawan Muslim Terbaik (Biro Hukum & Komunikasi Publik Kementrian Pariwisata RI, 2016).

Pariwisata halal yakni meliputi akomodasi, transportasi, restoran dan fasilitas ibadah. Indonesia mengadakan Kompetisi Pariwisata Halal Nasional (KPHN) 2016, dimana aspek penilaian utama dalam kompetisi ini meliputi *Profile, Key, Achiefment, Unique Characteristics*. Sumatra Barat sebagai salah satu daerah yang dikembangkan sebagai destinasi wisata halal, dalam Kompetisi Pariwisata Halal Nasional, dari 14 Kategori, Sumatra Barat meraih empat Nominasi diantaranya: (1) Biro perjalanan wisata halal terbaik, (2) Destinasi wisata halal terbaik, (3) Destinasi kuliner halal terbaik (4) Restoran halal terbaik. Salah satu nominasi yang diraih oleh Sumatera Barat adalah Biro Perjalanan Wisata Halal Terbaik yang diraih oleh Ero Tour. Fasilitas wisata yang

ditawarkan dalam bentuk produk paket wisata yang ditawarkan bervariasi dan sesuai dengan keinginan konsumen, diantaranya hotel yang sudah lengkap dengan tempat ibadah, jelas arah kiblat untuk beribadah dan makanan yang halal.

Sumatera Barat saat ini masih mengembangkan dan meningkatkan *Brand Image* sebagai tujuan destinasi wisata halal. Inovasi dari produk wisata yang sudah ada perlu dikembangkan untuk keberlanjutan wisata itu sendiri. Inovasi tersebut juga tidak hanya dilakukan oleh biro perjalanan yang menawarkan produk paket wisata halal saja, namun penyedia jasa yang menawarkan produk paket wisata konvensional juga perlu melakukan inovasi agar tercapainya keberlanjutan bisnis tersebut. Ero Tour sebagai pemenang dalam KPHN 2016 memiliki konsep yang lebih baik dari biro perjalanan wisata lainnya salah satunya produk wisata. Ero Tour meraih penghargaan ini merupakan salah satu bentuk pengembangan inovasi dalam hal penawaran produk paket wisata, khususnya produk paket wisata halal.

Menurut Kotler (2008), produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi dan ide. Dalam merencanakan penawaran pasarnya, biro perjalanan harus melihat manfaat dari produk yang mereka tawarkan agar menambah nilai pelanggan yang lebih besar. Aspek kedua yaitu pelayanan. Pelayanan dianggap sebagai produk *intangible* yang hasilnya lebih berupa aktivitas ketimbang obyek fisik, meskipun dalam kenyataannya produk fisik dilibatkan. Jadi, dalam hal ini lingkupnya adalah tawaran produk. Pelayanan dapat pula dipandang sebagai sebuah sistem

yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak atau diketahui pelanggan (*front office* atau *frontstage*). Terkait pelayanan terhadap konsumen, Islam juga menganggap sebagai hal yang sangat penting. Kemudian dalam aspek ketiga yaitu pengelolaan, setiap usaha pasti membutuhkan pengelolaan yang baik untuk menjaga kualitas produk yang dimiliki. Pengelolaan pada dasarnya merupakan pengendalian dan pemanfaatan semua sumber daya yang menurut suatu perencanaan diperlukan untuk atau menyelesaikan suatu tujuan tertentu. Irawan (2014), mendefinisikan pengelolaan sama dengan manajemen yaitu penggerakan, pengorganisasian dan pengarahan usaha manusia untuk memanfaatkan secara efektif material dan fasilitas untuk mencapai tujuan tertentu.

Inovasi pariwisata yang berkelanjutan merupakan cara sebuah bisnis memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin kompleks, terutama di bidang pariwisata. Konsep *Sustainable Innovation* saat ini perlu diterapkan pada setiap penunjang pariwisata salah satunya jasa biro perjalanan. Menurut Athur D. Little (2004) definisi *Sustainable Innovation*, sebagai penciptaan ruang untuk pasar yang baru, produk dan jasa, yang didorong oleh isu-isu sosial, dari lingkungan dan keberlanjutannya. *Sustainable Innovation* merupakan proses dimana pertimbangan kelestarian (lingkungan, sosial, keuangan) yang diintegrasikan ke dalam sistem perusahaan berupa ide, yang dikembangkan melalui penelitian, pengembangan dan komersialisasi. Model *Sustainable Innovation* ini mengikuti empat langkah desain inovasi yang mengalami perubahan serta keberlanjutan

(Stevels, 1997), yaitu (1) Perbaikan Produk; perubahan yang dibuat untuk produk yang sudah ada, dimana perbaikan produk dilakukan untuk pencegahan polusi dan dampak lingkungan lainnya yang ditimbulkan oleh produk. Misalnya, peningkatan efisiensi bahan bakar, mengurangi penggunaan air, serta menurunkan jumlah pestisida yang digunakan untuk menanam tumbuhan. (2) Re-Desain Produk; konsep produk yang mengungkap produk untuk dirancang ulang, namun masih persis sama dengan produk sebelumnya. Ini bisa saja bahwa komponen produk yang dibuat dari bahan yang berbeda, atau menambahkan sesuatu yang baru pada bagian tertentu, serta dirancang ulang. (3) Fungsi Inovasi; ini berarti bahwa perubahan yang dilakukan terhadap produk sehingga memiliki hasil yang sama, akan tetapi cara yang digunakan untuk menghasilkan produk tersebut berbeda dan bisa juga menghasilkan produk yang berbeda. (4) Sistem Inovasi; merupakan perubahan yang terjadi dalam infrastruktur perusahaan atau organisasi, dimana perusahaan tersebut memiliki jenis layanan yang sama, akan tetapi memberikan pelayanan tersebut dengan cara-cara yang berbeda.

Karena melihat permintaan pasar wisatawan muslim dalam negeri maupun asing yang begitu besar, sehingga sangat perlu untuk menjaga kualitas dan penerapan prinsip halal pada industri pariwisata. Maka peneliti memutuskan untuk mencoba melakukan analisis komparatif mengenai topik ini yaitu Studi Komparatif Penerapan Dimensi *Sustainable Innovation* Dalam Perspektif Pariwisata Halal Di Sumatera Barat (Studi Kasus Pada Biro Perjalanan Ero Tour Dan Raun Sumatra)

Untuk memperkuat analisis dan sebagai konteks dari studi dipilih biro perjalanan dari Kota Padang dan Kota Bukittinggi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka di dapat permasalahan diantaranya:

1. Bagaimana Ero Tour dan Raun Sumatra menerapkan konsep produk paket wisata halal yang ditawarkan pada wisatawan/konsumen?
2. Bagaimana penerapan tiga dimensi *Sustainable Innovation*, yang meliputi (1) incremental, (2) re-design, (3) sistem inovasi, apa saja yang telah dan akan dilakukan Ero Tour dan Raun Sumatra sehubungan dengan konsep pariwisata halal yang berkelanjutan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan masalah, diantaranya:

1. Untuk mengetahui penerapan pariwisata halal yang ditawarkan oleh Ero Tour dan Raun Sumatra, serta kaitannya dengan *Sustainable Innovation*.
2. Untuk mengetahui apa saja yang telah dan akan dilakukan oleh Ero Tour dan Raun Sumatra yang berkaitan dengan konsep pariwisata halal yang berkelanjutan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah Sumatera Barat, kegiatan penelitian ini mendukung prioritas pengembangan keberlanjutan pariwisata dengan konsep halal yang akan di tawarkan Sumatera Barat sebagai destinasi wisata halal.
2. Bagi pelaku usaha dan *Stakeholder* sebagai bahan masukan dalam penilaian dan pengembangan terhadap penerapan dimensi *Sustainable Innovation* dalam kegiatan bisnis, terutama industri pariwisata yang menjalankan konsep pariwisata halal.
3. Bagi literatur dan area penelitian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan bahasan mengenai *Sustainable Innovation* pada konsep bisnis pariwisata halal.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini diarahkan kepada analisa implementasi dimensi *Sustainable Innovation* pada biro perjalanan dengan objek penelitian yaitu Ero Tour dan Raun Sumatra.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan ruang lingkup serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dijelaskan landasan teori yang digunakan dalam penelitian .

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang mana akan dijelaskan adalah tentang desain penelitian, sampel penelitian, metode pengumpulan data serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan lebih luas tentang implementasi dimensi *Sustainable Innovation* dalam menunjang strategi bisnis oleh Ero Tourdan Raun Sumatra.

BAB V PENUTUP

Bab ini akan menjelaskan tentang kesimpulan, saran, batasan, dan implikasi penelitian dan rekomendasi terhadap penelitian selanjutnya. Bagian terakhir penelitian ini berisikan daftar pustaka dan lampiran.

