

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era saat ini bisnis pariwisata dianggap sebagai salah satu sektor pendapatan yang sangat menjanjikan bagi suatu negara. Banyak negara-negara di dunia yang bergantung kepada sektor industri pariwisata sebagai salah satu sumber perekomoniannya, hal tersebut tidak terkecuali juga di Negara Indonesia. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat diandalkan dalam pembangunan nasional karena pada sektor ini dapat meningkatkan pendapatan nasional, pendapatan daerah, dan devisa Negara Indonesia. Menurut Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia Mirza Adityaswara, 2017 dalam <http://ekonomi.kompas.com>. Angka perolehan devisa negara Indonesia dari sektor pariwisata pada tahun 2016 menembus angka US\$ 11,3 miliar dolar Amerika Serikat atau dikonversikan ke dalam mata uang Indonesia senilai Rp 156 triliun rupiah.

Pada sektor pariwisata apabila pemerintah Indonesia mengelola dengan baik dan serius, akan menjadi sebuah kekuatan perekonomian baru dan aset negara yang sangat berharga, hal ini dilatarbelkangani karena memiliki keberagaman dari wisata alam, budaya/*cultur* dan kesenian tradisional yang bisa dijadikan salah satu penggerak perekonomian negara, dan juga dapat banyak menyerap tenaga kerja/mampu mengurangi angka pengangguran, sehingga sumber daya manusia, dan daya alam dapat dikelola semaksimal mungkin demi kesejahteraan masyarakat dan negara.

Namun didalam realitanya, sektor pariwisata bisa dijadikan sebagai suatu alat dalam rangka menstabilkan kembali perekonomian negara Indonesia saat ini yang kurang stabil, agar bisa majunya pada sektor pariwisata, maka sangat diperlukanya partisipasi dari seluruh elemen masyarakat dan keprofesionalan dari pihak pengelola pariwisata itu sesuai dengan peraturan dan ketetapan yang berlaku, disamping itu dengan adanya perhatian yang serius dari pemerintah terhadap kepariwisataan, maka sektor di bidang kepariwisataan di Indonesia diharapkan bisa berkembang dengan baik dan terciptanya loyalitas wisatawan yang berkunjung ke Indonesia (*Destination Loyalty*). Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. (Undang-undang Republik Indonesia, No10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan).

Perkembangan kons`ep wisata syariah berawal dari adanya jenis wisata jiarah dan wisata religi (*pilgrims tourism/spiritual tourism*). Dimana pada tahun 1967 telah dilaksanakan konferensi di Cordoba Spanyol, oleh *World Tourism Organization* (UNWTO) dengan judul “*Tourism and Religions: A Contribution to the Dialogue of Cultures, Religions and Civilizations*” (UNWTO, 2011). Pada saat sekarang ini wisatawan muslim merupakan suatu target segmentasi *halal tourism* yang sangat baik dan berkembang, serta memiliki potensi yang besar hal ini dikarenakan secara global dari aspek demografi, jumlah yang relatif besar penduduk muslim antara lain berada di Negara Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, dan Negara Timur Tengah

dengan kriteria wisatawan usia muda, atau dalam usia produktif serta memiliki *disposable income* yang relatif lebih besar.

Menurut Pew Research Center, (kelompok jajak pendapat di Amerika Serikat), berpendapat bahwa jumlah populasi muslim pada tahun 2010 sebesar 1,6 miliar atau 23% dari jumlah populasi manusia di dunia. Jumlah populasi muslim tersebut merupakan urutan kedua setelah umat Kristiani sebesar 2,2 miliar atau 31% penduduk dunia (Worldaffairsjournal,2015). Dan diperkirakan hingga tahun 2050, jumlah populasi muslim mencapai 2,8 miliar atau 30% populasi manusia di dunia. Pada tabel berikut menunjukkan pertumbuhan penduduk muslim dunia dibandingkan dengan penduduk lainnya:

Tabel 1.1. Jumlah dan Prediksi Pertumbuhan Penduduk Berdasarkan Kelompok Agama Mayoritas di Dunia Tahun 2010 – 2050.

	2010 Population	% Of World Populat ion 2010	Projected 2050 Population	% Of World Populat ion 2050	Population Growth 2010 2050
Chirstians	2.168.330.000	31,4%	2.918.070.000	31,4%	749.740.000
Muslims	1.599.700.000	23,2%	2.761.480.000	29,7%	1.161.780.000
Unaffiliates	1.131.150.000	16,4%	1.230.340.000	13,2	99.190.000
Hindus	1.032.210.000	15,0%	1.384.360.000	14,9	352.140.000
Buddhists	487.760.000	7,1%	486.270.000	5,2	-1.490.000
Folk Religions	404.690.000	5,9%	449.140.000	4,8	44.450.000
Other Religions	58.150.000	0,8%	61.450.000	0,7	3.300.000
Jews	13.860.000	0,2%	16.090.000	0,2	2.230.000
World Total	6.895.850.000	100.0	9.307.190.000	100.00	2.411.340.000

Sumber: The Future of World Religions: Population Growth Projections, 2010 – 2050. PEW Research Center (Worldaffairsjournal, 2015).

Hasil studi yang dilakukan oleh Master Card dan Crescent Rating (2015) dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2015, bahwa pada tahun 2014 terdapat 108 juta wisatawan muslim yang merepresentasikan 10 persen dari keseluruhan industri wisata dan segmen ini memiliki nilai pengeluaran sebesar US\$145 miliar. Namun diperkirakan pada tahun 2020 angka wisatawan muslim akan meningkat menjadi 150 juta wisatawan dan mewakili 11 persen segmen industri yang diperkirakan dengan pengeluaran menjadi sebesar US\$200 miliar. Berikut ini adalah 10 besar negara tujuan wisatawan muslim di dunia:

Tabel 1.2 Sepuluh Besar Negara Tujuan *Organisation of Islamic Cooperation* (OIC) dan Non-OIC dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2017.

Peringkat	Destinasi OIC	Skor	Destinasi Non-OIC	Skor
1	Malaysia [1]	82,5	Singapura [8]	68,4
2	UEA [2]	76,9	Thailand [20]	59,5
3	Indonesia [3]	72,6	United Kingdom [20]	60,0
4	Turki [4]	72,4	South Africa[30]	53,6
5	Arab Saudi [5]	71,4	Hongkong [31]	53,2
6	Qatar [6]	70,5	Jepang [32]	52,8
7	Maroko [7]	68,1	Taiwan [33]	52,4
8	Oman [8]	67,9	France [34]	52,1
9	Bahrain [9]	67,9	Spain [36]	48,8
10	Iran [11]	66,8	United States [37]	48,6

Sumber : *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2017.

Berdasarkan *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2017 dalam kelompok destinasi *Organisation of Islamic Cooperation* (OIC), Indonesia (skor indeks 72,6) menempati peringkat ke-tigas setelah Negara Uni Emirat Arab/UEA (skor indeks 76,9), dan Negara Malaysia (skor indeks 82,5). Sedangkan Negara Singapura menjadi

tujuan utama untuk destinasi non-OIC, dimana Negara Thailand, United Kingdom, South Africa dan Hongkong juga termasuk di dalamnya. Studi GMTI juga menganalisis data lengkap yang meliputi 100 destinasi dengan hasil rata-rata berdasarkan sembilan kriteria seperti kecocokan sebagai destinasi liburan keluarga dan keamanan (kunjungan wisatawan muslim, destinasi liburan keluarga, perjalanan yang aman), ketersediaan layanan dan fasilitas *muslim friendly* pada destinasi wisata (makanan halal, kemudahan akses untuk beribadah, layanan dan fasilitas bandara, pilihan akomodasi), *Halal Awareness* (mengutamakan kehalalan, kemudahan dalam berkomunikasi).

Saat ini konsep syariah kian marak dan sedang menjadi sebuah tren baru di kalangan masyarakat Indonesia, pada awalnya konsep syariah umumnya hanya di implementasikan pada sektor perbankan. Seiring dengan perkembangan waktu, masyarakat mulai familiar dengan kata maupun istilah “syariah”. Maka bermunculanlah berbagai jenis perbankan maupun lembaga lainnya yang menambahkan penerapan syariah pada aktivitas bisnisnya. Namun pada sektor pariwisata tidak mau ketinggalan dan ikut serta dalam menyesuaikan perkembangan pada saat sekarang ini.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) yang bertekad menjadikan Negara Indonesia sebagai salah satu destinasi wisata syariah (*syariah tourism*) di dunia. Pariwisata syariah dapat dipahami dengan sebuah konsep pariwisata yang berlandaskan kepada ibadah dan dakwah. Secara umum tujuan berwisata tidak hanya untuk hiburan saja, tetapi dijadikan sebagai media

mendekatkan diri seorang umar manusia kepada Tuhanya dengan cara melakukan tafakur alam (Kamarudin, 2013).

Selanjutnya, dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 02 Tahun 2014 disebutkan bahwa “pariwisata syariah merupakan konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam kegiatan pariwisata dengan menyediakan fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan ketentuan syariah.”

Sumatera Barat merupakan salah satu tujuan utama pariwisata di Indonesia, hal ini dikarenakan terkenal dengan keindahan alam dan keunikan budayanya sehingga Sumatera Barat termasuk kedalam 10 besar Daerah Tujuan Wisata (DTW) di Indonesia. Fasilitas wisatanya cukup baik, serta sering diadakannya berbagai jenis festival dan *event international*, yang menjadi daya tarik datangnya wisatawan ke Provinsi Sumatera Barat. Beberapa kegiatan internasional yang diselenggarakan untuk menunjang pariwisata Sumatera Barat adalah *Event paralayang Event Fly for Fun in Lake Maninjau*, lomba balap sepeda *Tour de Singkarak*, dan *event* lain sebagainya. Kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian Provinsi Sumatera Barat masih rendah dibandingkan dengan potensi pariwisata yang dimilikinya. Seperti terlihat dari data tahun 2017, jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Provinsi Sumatera Barat adalah 56.876 orang, meningkat dari jumlah wisatawan asing yang berkunjung pada tahun 2016 sebesar 50.876 orang, (Seri Analisis Pembangunan Wilayah Provinsi Sumatera Barat, 2017).

Dalam buku panduan wisata Indoensia yang berjudul *Indonesia as Moslem Friendly Destination* menyebutkan bahwa ada 13 Provinsi di Indonesia yang sudah siap dijadikan sebagai destinasi wisata halal, yaitu salah satunya di Provinsi Sumatera Barat (Kemenparekraf, 2013).

Berikut ini data jumlah kunjungan wisatawan ke Provinsi Sumatera Barat Selama 5 Tahun Terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3. Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Sumatera Barat Melalui Bandara Internasional Minangkabau Tahun 2013 – 2017.

No	Tahun	Jumlah Wisatawan Asing
1.	2013	48.583
2.	2014	56.111
3.	2015	48.755
4.	2016	50.264
5.	2017	56.876

Sumber : Ditjen Imigrasi dan BPS (diolah kembali oleh Asdep Litbangjakpar KemenPar).

Berdasarkan tabel diatas terlihat jumlah kunjungan wisatawan selama lima tahun terkahir mengalami tidak stabil. Jumlah wisatawan asing ke Sumatera Barat pada tahun 2013 sampai 2014 memang terus mengalami peningkatan. Akan tetapi pada tahun 2015, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat turun drastis dan pada tahun 2016 sampai 2017 terus mengalami peningkatan yang sudah mulai membaik.

Pada saat sekarang ini salah satu masalah yang terkait dalam pariwisata di Indonesia yaitu penyajian pariwisata publik yang dominan sama dengan daerah-

daerah di luar Provinsi Sumatera Barat, bahkan ciri khas Adat Minangkabau yang berpegang kepada filsafat yang berbunyi '*Adat Basandi Syara', 'Syara' Basandi Kitabullah'* (ABS-SBK) sudah mulai terabaikan dan hilang ditelan masa. Sebagai salah satu Provinsi dengan mayoritas penduduk beragama Islam yang berpegang teguh kepada Al-Qur'an dan Sunnah serta dipayungi oleh Adat Minangkabau, maka sangat perlu memperhatikan nilai-nilai tersebut sebagai ciri khas dari masyarakat di Provinsi Sumatera Barat. (Arrahma dan Sari Lenggogeni, 2016 dalam <http://www.padek.co>).

Kota Bukittinggi merupakan sebuah kota kecil yang terletak di Provinsi Sumatera Barat, dengan luas wilayah sebesar 25.24 km². Dari luas wilayah yang tidak cukup besar tersebut, terdapat kurang lebih delapan objek wisata yang beberapa diantaranya terdapat ditengah-tengah Kota Bukittinggi. Keindahan alam Kota Bukittinggi merupakan keindahan alam yang masih terjaga ke asriannya. Kota yang tempo dulu disebut dengan istilah *Fort de Kock*. Ikon Kota Bukittinggi yaitu Jam Gadang, yang merupakan sebuah *Landmark* yang terletak di ketinggian jantung pusat kota, dan mirip dengan ikon *Big Bang* yang ada di Negara Inggris. Kota Bukittinggi juga dikenal oleh wisatawan sebagai kota wisata yang memiliki iklim yang sejuk, dan juga sama dengan Saremban dari Negeri Sembilan di Negara Malaysia.

Berikut ini data jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bukittinggi selama 5 Tahun Terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.4. Jumlah Wisatawan Asing Berkunjung ke Kota Bukittinggi Tahun 2012 – 2016.

No	Tahun	Jumlah Wisatawan Asing
1.	2012	26.802
2.	2013	32.068
3.	2014	31.765
4.	2015	25.970
5.	2016	27.251

Sumber : Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi

Berdasarkan tabel diatas terlihat jumlah kunjungan wisatawan selama lima tahun terakhir tidak stabil. Jumlah wisatawan asing ke Kota Bukittinggi pada tahun 2012 sampai 2013 memang terus mengalami peningkatan. Akan tetapi pada tahun 2016, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat naik dari tahun 2015.

Berdasarkan survei pendahuluan (2018) dengan wisatawan nusantara yang berkunjung, dan pengembangan pariwisata syariah di Kota Bukittinggi sudah memenuhi berbagai aspek untuk memberikan kemudahan kepada wisatawan muslim, untuk tetap menjalankan kewajibannya beribadah sesuai ajarannya yang syar'i.. Seperti tersedianya makanan yang halal, tempat ibadah yang mudah ditemukan dan nyaman, fasilitas pelayanan restoran yang tinggi dan transportasi yang mudah di akses membuat wisatawan merasakan kepuasan. Kemudian pada kualitas kebersihan, Kota Bukittinggi saat sekarang ini sudah mulai baik dari tahun-tahun sebelumnya yaitu dibuktikanya dengan berhasil meraih piala Adipura Kirana tahun 2016, sehingga dapat mendorong wisatawan untuk nyaman berwisata dan minat berkunjung kembali ke Kota Bukitinggi.

Menurut Rahman *et.al.*,(2014), faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan wisata halal terdiri dari *Islamic Attributes*, *Destination Attributes*, *Quality of Service*, *Islamic Tourist Satisfaction* dan *Destination Loyalty*.

Hal-hal tersebut akan dijawab melalui penelitian ini dengan mengembangkan sebuah kerangka penelitian menggunakan variabel-variabel yang akan memengaruhi pengembangan dan minat kunjungan wisatawan terhadap wisata halal di Kota Bukittinggi. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Model Investigasi Faktor-Faktor Pendorong *Destination Loyalty* untuk mengembangkan *Halal Tourism* di Kota Bukittinggi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian tersebut maka, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *Islamic Attributes* terhadap *Islamic Tourist Satisfaction*?
2. Bagaimana pengaruh *Islamic Attributes* terhadap *Destination Loyalty* ?
3. Bagaimana pengaruh *Destination Attributes* terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* ?
4. Bagaimana pengaruh *Destination Attributes* terhadap *Destination Loyalty*?
5. Bagaimana pengaruh *Quality of Service* terhadap *Islamic Tourist Satisfaction*?
6. Bagaimana pengaruh *Quality of Service* terhadap *Destination Loyalty* ?
7. Bagaimana pengaruh *Islamic Tourist Satisfaction* terhadap *Destination Loyalty* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini akan menjawab apakah pengadaan pariwisata halal di Kota Bukittinggi dengan memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan, dan dapat meningkatkan minat wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk memilih Kota Bukittinggi sebagai destinasi pariwisata. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Islamic Attributes* terhadap *Islamic Tourist Satisfaction*.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Islamic Attributes* terhadap *Destination Loyalty*.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Destination Attributes* terhadap *Islamic Tourist Satisfaction*.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Destination Attributes* terhadap *Destination Loyalty*.
5. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Quality of Service* terhadap *Islamic Tourist Satisfaction*.
6. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Quality of Service* terhadap *Destination Loyalty*.
7. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *Islamic Tourist Satisfaction* terhadap *Destination Loyalty*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran dan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya. Serta dapat memberikan kontribusi khususnya pada konsep *Halal Tourism*.

2 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah daerah Kota Bukittinggi untuk membuat kebijakan baru dalam pembangunan wisata *halal*, yaitu perpaduan konsep agama Islam dan Adat Minangkabau. agar bisa berinteraksi hubungan sosial dan menciptakan lingkungan yang baik.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam Penelitian ini akan dibahas bagaimana pengaruh variabel *Islamic Attributes, Destination Attributes, Quality of Service, Islamic Tourism Satisfaction* terhadap *Destination Loyalty* dalam mengembangkan *Halal Tourism* di Kota Bukittinggi.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab I merupakan bab pendahuluan meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Pada bab II akan dijelaskan tentang teori *Islamic Attributes*, *Destination Attributes*, *Quality of Service*, *Islamic Tourist Satisfaction* dan indikatornya terhadap *Destination Loyalty*, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab III akan dibahas metode penelitian yang digunakan berupa jenis penelitian, jenis dan teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV akan dibahas tentang profil objek penelitian, profil responden, serta hasil empiris dan pembahasan tentang pengaruh *Islamic Attributes*, *Destination Attributes*, *Quality of Service*, dan *Islamic Tourist Satisfaction* terhadap *Destination Loyalty*.

BAB V : PENUTUP

Pada bab V kesimpulan dari hasil penelitian akan dijelaskan secara singkat. Selain itu, penulis juga akan memberikan saran-saran atau rekomendasi kepada pengelola objek wisata Kota Bukittinggi dari hasil penelitian tersebut.