

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Apabila mendengar kata halal, hal yang akan terpikirkan seseorang adalah makanan terutama bagi yang seorang muslim, namun pada era modern saat ini kata “Halal” banyak digunakan, seperti dibidang industri, bidang keuangan, dan juga *lifestyle* mengingat semakin tingginya populasi umat islam saat sekarang. Salah satu yang memiliki potensi yang paling besar adalah *lifestyle* yaitu pada bidang pariwisata, yang lebih dikenal dengan wisata syariah. Potensi wisatawan muslim dinilai cukup besar dikarenakan semakin meningkatnya jumlah populasi muslim di dunia, sehingga menjadikan muslim sebagai salah satu konsumen penting bagi segala sektor bisnis, termasuk bisnis pariwisata. Kuatnya keyakinan akan beragama oleh umat muslim, turut mempengaruhinya dalam memutuskan tempat wisata yang akan menjadi tujuan wisata mereka. Mereka akan terlebih dahulu mencari informasi terkait wisata tersebut mengenai produk dan layanan yang mereka tawarkan apakah sesuai dengan prinsip mereka.

Indonesia merupakan salah satu negara yang menawarkan wisata syariah, melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU) mereka berkerja sama untuk membantu mengembangkan wisata syariah di Indonesia. Pengembangan pariwisata syariah ini di terapkan pada empat jenis komponen usaha pariwisata diantaranya perhotelan, restoran, biro perjalanan dan spa. Pengembangan wisata syariah di Indonesia ini sendiri mengacu pada tingginya

jumlah wisatawan mancanegara muslim ke Indonesia, hingga tahun 2018 Ditjen pemasaran Pariwisata Kemenparekref mencatat bahwa kunjungan wisatawan muslim ke Indonesia mencapai 1.270.437 orang per tahun yang mayoritas berasal dari Arab Saudi, Bahrain, Malaysia, Singapore dan perancis (Kompas.com diakses tanggal 29 Agustus 2019 pukul 10.24 WIB). Pemerintah sendiri telah menetapkan Sembilan destinasi wisata syariah di Indonesia diantaranya Sumatera Barat, Riau, Banten, Lampung, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Lombok, dan Makasar sebagai wilayah yang menyajikan wisata syariah di Indonesia (Paramitha, 2016)

Pariwisata Indonesia mengalami pertumbuhan tercepat dalam sektor wisatanya dan menjadi sektor ekonomi terbesar karena kontribusinya terhadap devisa negara terbesar kedua setelah industri kelapa sawit yang mencapai USD 15.965 Miliar pada tahun 2016 sedangkan pariwisata mencapai USD 13.568 Miliar pada tahun 2016 pada posisi kedua setelah kelapa sawit yang dulunya pariwisata berada pada posisi ke empat pada tahun 2015, data tersebut dapat menunjukkan kenaikan yang diberikan dari pariwisata sehingga sangat memberikan kontribusi terhadap devisa mencapai USD 12.225 Miliar (Chandra, 2017). Pada tahun 2014 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mencapai 9 juta orang baik wisatawan muslim maupun non muslim, dan diharapkan dapat meningkat pada tahun 2019 mencapai 20 juta orang, sedangkan wisatawan domestik yang melakukan perjalanan wisata pada tahun 2014 mencapai 250 juta orang dan diharapkan mencapai 275 juta orang ( Deputi Bidang Ekonomi, 2014). Jadi tidak heran apabila Indonesia selalu meningkatkan pariwisatanya khususnya wisata

syariah.

Dari data tersebut dapat menggambarkan betapa bisnis pariwisata salah satunya pariwisata syariah memiliki potensi yang cukup bagus mengingat populasi muslim yang semakin meningkat di dunia maupun di Indonesia sendiri. Salah satu destinasi wisata syariah di Indonesia yaitu Sumatera Barat, Sumatera Barat merupakan provinsi yang menjadi salah satu destinasi utama wisata syariah, sehingga tentunya perlu menyediakan fasilitas untuk menunjang pariwisata itu sendiri diantaranya perhotelan, restoran, biro perjalanan dan spa berbasis syariah, salah satu fasilitas yang penting bagi wisatawan adalah akomodasi atau hotel yang berbasis syariah, hotel dijadikan salah satu tempat menginap sementara bagi para wisatawan muslim ketika melakukan perjalanan wisata, sehingga tidak heran apabila banyak hotel yang menghususkan syariah hotel untuk dijadikan pilihan tempat menginap bagi wisatawan muslim. Masyarakat Sumatera Barat yang mayoritasnya beragama muslim dan beradat diharapkan dapat memberikan dukungan terhadap perkembangan hotel berbasis syariah.

Sedangkan Hotel syariah sendiri adalah hotel yang pelayanan, produk dan fasilitas yang menggunakan prinsip-prinsip syariah sehingga pengunjung muslim merasa aman dan nyaman, hotel syariah sendiri sama dengan hotel konvensional yaitu buka 24 jam untuk semua kalangan muslim maupun non muslim yang membedakannya adalah penerimaan tamu hotel, dimana hotel syariah tidak menerima tamu yang bukan muhrim dan apabila tidak maka harus memesan kamar secara terpisah. Penyediaan minuman dan makanan yang halal dan juga tidak menyediakan alkohol (Ismayanti, 2017). Selanjutnya menurut (Saad *et al*,

2014) hotel syariah merupakan sebuah penginapan yang menyediakan fasilitas makanan halal, ruang sholat, Al-Qur'an dan sajadah di setiap kamar, dan fasilitas terpisah untuk pria dan wanita yang sangat ditujukan bagi muslim. Hotel syariah sendiri merupakan suatu konsep yang relatif baru, untuk dianggap atau dikategorikan sebagai hotel syariah, hotel tersebut haruslah memastikan bahwa seluruh sistem hotel mulai dari operasi, desain dan keuangan hotel harus sesuai dengan prinsip dan aturan islam (Mahmud, 2013)

Perkembangan hotel syariah di Indonesia memperlihatkan perkembangan yang cukup pesat, hal tersebut didorong karena tingginya jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara yang datang ke Indonesia, berdasarkan data wisata halal untuk *Indonesia Halal Tourism Guide Book 2017* terdapat beberapa hotel syariah yang ada di Sumatera barat antara lain yaitu Hotel Rangkyobasa, Hotel Musafir Inn, Hotel Nabawi Syari'ah, Hotel Prima Syari'ah, Hotel Bunda, Hotel Buana Lestari Syari'ah, dan Hotel Grand Inna. Data tersebut dapat menunjukkan bahwa banyak terdapat hotel syariah di Sumatera Barat sehingga sebaiknya perlu didukung oleh semua pihak untuk dapat membantu perkembangan hotel syariah, sehingga juga dapat meminimalkan persepsi negatif orang-orang tentang hotel. Persepsi sendiri didefinisikan sebagai proses yang dilakukan oleh seseorang dalam memilih, mengatur, dan menafsirkan sesuatu melalui sebuah proses seleksi ( Schiffman dan Kanuk, 2010)

Hotel syariah sendiri memiliki konsep yang berbeda dengan hotel konvensional yaitu adanya inovasi layanan yang akan mempengaruhi persepsi konsumen untuk menginap di hotel dengan unsur islami (Tazki dan Verinita,

2019). Banyaknya penawaran layanan dari hotel syariah yang diberikan akan mempengaruhi *customers preference* terhadap keinginan konsumen untuk menginap di hotel syariah, *customers preference* merupakan cerminan dari konsumen dalam menunjukkan kesukaan terhadap pilihan produk dan jasa yang ada (Surya, 2018) sehingga konsumen dapat merasakan sesuatu yang sesuai dengan harapan mereka yang lebih dikenal dengan *customer value* dengan perspektif tersebut dapat menyebabkan konsumen akan lebih tertarik lagi dengan hotel syariah karena sesuai dengan ekspektasi kategori dari hotel syariah itu sendiri sehingga akan mempengaruhi konsumen untuk memiliki niat menginap pada hotel syariah dan diharapkan juga dapat menarik perhatian konsumen non muslim untuk niat menginap juga di hotel berbasis syariah.

Oleh karena itu, persepsi konsumen terhadap penerapan hotel berbasis syariah, *preference*, *customer value* dapat diukur dengan melihat pengaruhnya terhadap niat menginap pada hotel berbasis syariah. Dari uraian tersebut, ada beberapa persoalan yang ditemui sehubungan konsep hotel berbasis syariah yaitu konsep hotel syariah yang belum seperti negara berkembang Thailand, Malaysia dan Singapura yang sudah terlebih dahulu menggunakan konsep hotel berbasis syariah untuk konsumen mancanegara dan domestiknya, dengan konsep hotel berbasis syariah ini diharapkan mampu memberikan suatu pelayanan yang berbeda kepada konsumen muslim nantinya, sehingga wisatawan akan memberikan *Perception*, *preference* dan *customer value*, sehingga dapat mempengaruhi niat menginap di hotel berbasis syariah, walaupun perkembangan hotel berbasis syariah di setiap kota Sumatera Barat menunjukkan peningkatan

yang cukup baik, namun ketertarikan konsumen pada hotel syariah cukup rendah sehingga kurang mempengaruhi niat menginap wisatawan. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti ingin melakukan pengujian mengenai pengaruh *perception*, *preference*, *customer value* serta niat menginap pada hotel berbasis syariah dalam rangka mendukung *halal tourism* di Sumatera Barat.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, dapatlah dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *perception* konsumen terhadap niat menginap pada hotel berbasis syariah di Sumatera Barat?
2. Bagaimana pengaruh *preference* konsumen terhadap niat menginap pada hotel berbasis syariah di Sumatera Barat?
3. Bagaimana pengaruh *customer value* terhadap niat menginap pada hotel berbasis syariah di Sumatera Barat?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh *perception* konsumen terhadap niat menginap pada hotel berbasis syariah di Sumatera Barat
2. Untuk mengetahui pengaruh *preference* konsumen terhadap niat menginap pada hotel berbasis syariah di Sumatera Barat
3. Untuk mengetahui pengaruh *customer value* terhadap niat menginap pada hotel berbasis syariah di Sumatera Barat

#### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Agar dapat menjadi masukan kepada pemerintah agar dapat membantu perkembangan hotel berbasis syariah di Sumatera Barat.
2. Agar dapat membantu membangun citra positif terhadap *halal tourism* di Sumatera Barat yang menyediakan fasilitas hotel berbasis syariah yang baik.
3. Agar dapat menjadi masukan pada pengusaha hotel berbasis syariah di Sumatera Barat agar dapat memahami *perception*, *preference*, dan *customer value* wisatawan agar dapat mempengaruhi niat berkunjung wisatawan ke hotel syariah.
4. Untuk mengembangkan ilmu pemasaran yang berkaitan dengan perilaku konsumen terutama konteks *perception*, *preference*, *customer value* dan *behaviour intention* konsumen.

#### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti berfokus kepada persepsi konsumen pada hotel berbasis syariah, *preference*, dan *customer value* yang berdampak terhadap niat menginap di hotel berbasis syariah yang ada di Sumatera Barat. Hasil penelitian ini nantinya akan menemukan model yang diuji secara empiris mengenai model hubungan keterkaitan *perception*, *preference*, dan *customer value* yang dirasakan wisatawan terhadap minat menginap di hotel berbasis syariah di Sumatera Barat.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi penjelasan isi yang terkandung dari masing-masing bab secara singkat dari keseluruhan skripsi ini. Skripsi ini disajikan dengan sistematika sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, manfaat diadakannya penelitian, dan ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan yang berupa uraian singkat mengenai bab yang terdapat dalam skripsi.

### **BAB II TINJAUAN LITERATUR**

Bab ini berisikan uraian tinjauan literatur yang mencakup teori dan konsep mengenai *Perception*, *Preference*, *Customer value*, dan *behaviour intention*. Selain itu, bab ini akan berisikan hipotesis awal penelitian yang dikembangkan berdasarkan literatur

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas konsep dan metode yang diterapkan dalam desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian dan teknik analisis data.

### **BAB VI ANALISIS PEMBAHASAN**

Bab ini membuat analisis dan pembahasan hasil penelitian yang dilakukan dengan membandingkan data yang terkumpul dengan landasan teori.



## **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh pembahasan mengenai topik penulisan yang dapat ditarik, keterbatasan yang dijumpai dalam penelitian, serta memuat saran dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan oleh para pengguna di masa mendatang.

