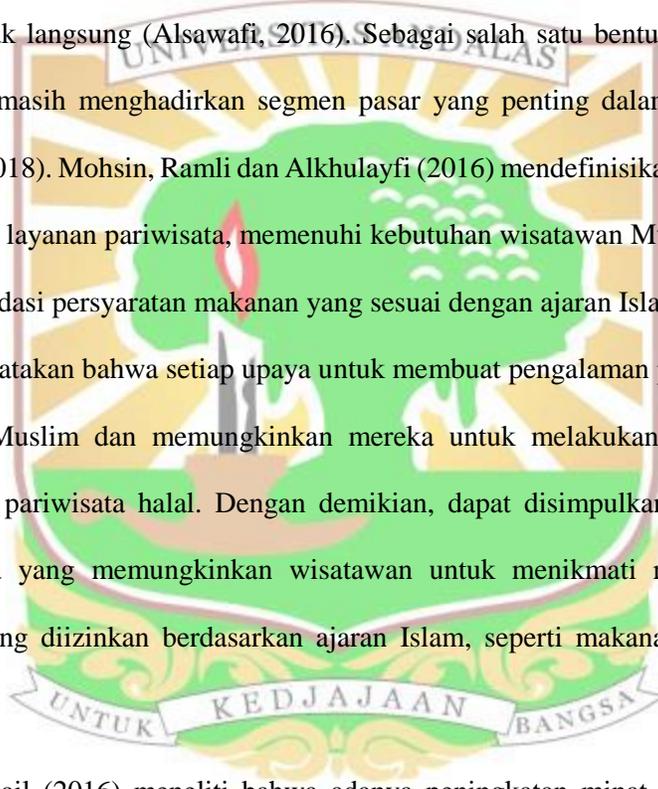


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata adalah salah satu industri jasa terbesar dan paling cepat berkembang di dunia. Baik di negara-negara berkembang dan negara maju, industri pariwisata disponsori oleh pemerintah karena merupakan sarana untuk mendapatkan valuta asing, meningkatkan standar hidup, dan penciptaan lapangan kerja langsung dan tidak langsung (Alsawafi, 2016). Sebagai salah satu bentuk pariwisata paling awal, perjalanan keagamaan masih menghadirkan segmen pasar yang penting dalam industri pariwisata dan perjalanan (Albayrak, 2018). Mohsin, Ramli dan Alkhulayfi (2016) mendefinisikan pariwisata halal sebagai penyediaan produk atau layanan pariwisata, memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim untuk memfasilitasi ibadah dan mengakomodasi persyaratan makanan yang sesuai dengan ajaran Islam. Sementara itu, Battour dan Ismail (2016) menyatakan bahwa setiap upaya untuk membuat pengalaman pariwisata menyenangkan bagi para wisatawan Muslim dan memungkinkan mereka untuk melakukan tugas keagamaan dapat dianggap sebagai unsur pariwisata halal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pariwisata halal merupakan produk/jasa yang memungkinkan wisatawan untuk menikmati relaksasi dan juga dapat melakukan kegiatan yang diizinkan berdasarkan ajaran Islam, seperti makanan halal, hotel halal, dan sebagainya.



M. Battour & Ismail (2016) meneliti bahwa adanya peningkatan minat pada pariwisata halal ini sebagian disebabkan oleh perkembangan penduduk Muslim di seluruh dunia. Menurut Lembaga Kajian Amerika Serikat Pew Research Center (2015), dari 73 miliar penduduk dunia, sebanyak sepertiganya memeluk agama Kristen (31%), sedangkan Muslim menempati urutan kedua penduduk terbanyak yaitu 1,8 miliar atau setara dengan 24% dari populasi global. Kini mayoritas Muslim menempati Kawasan Asia dan Pasifik, seperti Indonesia, Pakistan, India, Bangladesh, Turki dan Iran (BBC, 2017).

Nilai dan sikap para wisatawan Muslim bertambah atau berkurang ke tempat tujuan wisata dipengaruhi oleh tinggi atau rendahnya kualitas layanan tempat wisata (Al-ansi, 2019). Berdasarkan penelitian Ainin, Feizollaha, Anuar, Abdullah (2020) yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi twitter ditemukan bahwa wisatawan Muslim sebagian besar memilih wisata berdasarkan layanan fasilitas halal, seperti makanan halal, hotel, alat transportasi, dan tempat ibadah. Memberikan layanan halal turism dapat mendukung bertambahnya wisatawan yang tertarik untuk menikmati suasana yang lebih dekat dengan sensibilitas keagamaan tertentu. Begitu pula dalam mempertimbangkan layanan halal tourism ketika mengembangkan strategi pariwisata dapat mengurangi dampak sosial budaya negatif yang sering menyertai pariwisata di negara-negara mayoritas masyarakatnya Islam (Carboni & Janati, 2015).

Perjalanan adalah proses rumit yang sifatnya melibatkan tingkat resiko dan ketidakpastian tertentu, seperti sifat kompleks industri pariwisata dan tingkat kerentanan yang tinggi terhadap resiko tidak sistematis (Fuchs, 2013). Dalam memilih keputusan untuk berwisata tentu wisatawan memikirkan persepsi resiko yang akan diterimanya. Persepsi risiko adalah suatu kekhawatiran yang dialami oleh konsumen ketika mereka tidak dapat menafsirkan suatu hal yang mungkin dapat terjadi ketika mengambil keputusan pembelian (Kull, Oke, & Dooley, 2014). Risiko dapat dilihat dari persepsi wisatawan maupun pelaku bisnis di lokasi wisata (Ritchie & Jiang, 2019). Persepsi risiko yang subjektif sering menjadi fokus penelitian di bidang pariwisata, karena persepsi risiko merupakan salah satu faktor penting penentu keputusan wisatawan, dalam konteks pariwisata, persepsi risiko dapat mempengaruhi pilihan tujuan destinasi dan juga mempengaruhi perilaku wisatawan selama perjalanan (Garg, 2015).

Pada konteks pariwisata halal, beberapa penelitian telah menguraikan nilai persepsi wisatawan Muslim saat berpergian ke luar negeri, yang menunjukkan hasil yang berbeda antara mengunjungi tujuan OIC dan non-OIC (Al-Ansi, 2019). MasterCard (2015) mengungkapkan destinasi utama dari 81 lokasi non-OIC (Organization of Islamic Cooperation), sepuluh diantara destinasi non-OIC teratas adalah Singapura, Thailand, Inggris, Afrika Selatan, Prancis, Belgia, Hongkong, AS, Spanyol, dan Taiwan. Ada beberapa destinasi non-OIC lainnya seperti Australia, Jepang, Korea Selatan, China dan Selandia Baru telah

mengembangkan pariwisata halal untuk para wisatawan Muslim. Namun harus dipahami bahwa referensi radikal terhadap islam sudah melekat di mata non-Muslim atas dasar stereotip dan prasangkanya (Carboni et al., 2015).

Terlepas dari persepsi resiko, ada sedikit fokus pada wisatawan Muslim berbasis gender. Bahkan ada kecenderungan bahwa kebutuhan antara pria dan wanita berbeda dalam beberapa kegiatan yang berdasarkan syari'at Islam. Berdasarkan kerja lapangan perkemahan yang dilakukan di Turki dan Irak (Acikyildiz, 2010), staf camp menyadari bahwa wanita membutuhkan lebih banyak privasi, sebuah tenda besar yang dibangun, menyediakan tempat tinggal bagi wanita yang jauh dari pengaruh pria yang bukan mahramnya. Selain itu, kewajiban wanita Muslim untuk menutup aurat dan mengenakan jilbab juga termasuk kebutuhan khusus wanita Muslim yang menjadi masalah kontroversial yang berkaitan dengan pengelolaan keragaman agama di masyarakat Barat (Yeste, Zeguaria, Álvarez, Folch, 2020).

Penelitian menunjukkan bahwa pelecehan turis sering dialami di lebih dari 58 tujuan di dunia (Nicely & Ghazali, 2017) menjadikan masalah ini sebagai tantangan global. Ada bukti empiris bahwa pelecehan wisata di tujuan memiliki dampak buruk termasuk tingkat kepuasan liburan yang lebih rendah, kehilangan kualitas liburan, dan pengaruh negatif pada kunjungan berulang (Kozak, 2007). Penelitian yang dilakukan oleh Baloglu, Henthorne, dan Sahin (2014) mengemukakan bahwa pelecehan oleh tuan rumah berpengaruh terhadap citra negatif Jamaika yang akhirnya menyebabkan wisatawan enggan mengunjungi negara itu. Pelecehan dapat merusak citra negara sehingga wisatawan yang dilecehkan menganggap destinasi tidak mempedulikan orang miskin dan orang yang rentan (Brito Brito, 2013; Millar, Collins, & Jones, 2017). McElroy et al. (2007) menyatakan bahwa pelecehan di tempat wisata dapat merusak citra destinasi di negara maju dan berkembang.

Resiko keamanan dan keselamatan merupakan faktor awal bagi wisatawan untuk memustuskan berwisata. Menurut Sonmez (1999), politik, resiko dalam perjalanan, isu terjangkitnya penyakit dan resiko lainnya menjadi perhatian wisatawan dalam membangkitkan kepercayaan untuk berwisata. Akibatnya, resiko perjalanan menjadi hal yang dianggap serius karena dari berbagai studi empiris telah menunjukkan

tingkat kekhawatiran wisatawan terhadap keamanan, lingkungan dan budaya, serta resiko lainnya. Hal ini didukung oleh penelitian dari Milles dan Covin (2000), yaitu peningkatan nilai keamanan menunjukkan pengurangan biaya dan resiko bagi wisatawan dan meningkatkan efek positif dari citra negara tersebut.

Sehubungan dengan besarnya pertumbuhan wisatawan muslim, keselamatan wanita muslim membutuhkan lebih banyak perhatian. Dilaporkan oleh Brown & Richard (2015), siswa muslim International berbagi pandangan bahwa media Inggris menyajikan pandangan yang menyimpang tentang Islam dan negara-negara Muslim. Penyajian yang keliru seperti itu telah menyebabkan orang Muslim diperlakukan dengan kecurigaan oleh komunitas non-Muslim, dan sesekali melakukan tindakan kekerasan fisik dan verbal. Perbedaan rasisme ini sebagian besar ada pada wanita yang mengenakan jilbab (Abdelhadi,2019). Sedangkan tujuan wanita mengenakan jilbab, penutup kepala, serta pakaian longgar untuk menyembunyikan bentuk tubuh mereka sehingga hasrat seksual pria tidak muncul (Brown & Osman, 2016).

Resiko berpergian sendiri ke negara lain khususnya negara non-Muslim menjadi sebuah kecemasan diantara beberapa wisatawan wanita Muslim. Penelitian yang dilakukan oleh Albayraka (2018), menyebutkan bahwa sebagian besar wisatawan muslim yaitu 65% lebih menyukai berpergian bersama keluarganya dan hanya sebagian kecil wisatawan yang berpergian sendirian. Salah satu resiko yang dialami wanita Muslim disebutkan dalam penelitian oleh Rahmath, Chambers, Wakewich, (2016), wanita berjilbab, baik yang menutupi wajah mereka dan mereka yang mengenakan jilbab, mengalami diskriminasi di Kanada dan masyarakat barat lainnya. Mereka dipandang secara parsial sebagai tertindas atau terancam. Wanita muslim seringkali menjadi sasaran kejahatan rasial. Akan tetapi, setiap negara telah memilih formula regulasi yang berbeda untuk masalah ini (Yeste, 2020).

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka untuk mengaji dan membuktikan dugaan tersebut, peneliti merasa perlu melakukan penelitian terkait hal ini dengan mengangkat judul ***“Eksplorasi Persepsi Resiko Wisatawan Muslim Wanita yang Mengunjungi Negara non-Muslim”***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi resiko yang dirasakan wisatawan Muslim wanita ketika mengunjungi negara non-Muslim?
2. Bagaimana citra negara yang dirasakan wisatawan Muslim wanita ketika mengunjungi negara non-Muslim?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan mengetahui persepsi risiko mengunjungi negara non-Muslim yang dirasakan wisatawan Muslim wanita.
2. Menganalisis dan mengetahui citra negara non-Muslim yang dirasakan oleh wisatawan wanita Muslim.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis, penelitian ini bermanfaat untuk:

Bagi akademis, khususnya untuk kegiatan pemasaran di industri pariwisata negara-negara non-Islam.



Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan, pembandingan ataupun referensi bagi peneliti dalam meneliti bagaimana persepsi risiko dan citra negara non Muslim oleh wisatawan wanita Muslim.

2. Manfaat Praktis, penelitian ini bermanfaat untuk:

Sektor bisnis pariwisata di negara-negara non-Muslim, penelitian ini dapat berfungsi sebagai salah satu media yang dapat membantu mengembangkan strategi untuk meningkatkan jumlah wisatawan muslim ke negara mereka.

Bagi para pelaku industry pariwisata, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bentuk kerangka teori. Nantinya dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Konseptual

Dalam melakukan penelitian, penulis membatasi ruang lingkup penelitian, dimana penulis hanya mencakup dalam ruang lingkup yang di teliti yaitu mengenai persepsi risiko, dan citra negara non Muslim oleh wisatawan Muslim wanita.

2. Ruang Lingkup Kontekstual

Wawancara dilakukan pada wisatawan wanita Muslim yang berusia 18-60 tahun yang pernah/belum pernah mengunjungi negara non-Muslim dan berdomisili di Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian yang penulis laksanakan terdiri dari bab-bab yang tergabung dalam sebuah sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Yaitu bab yang berisikan latar belakang masalah pemilihan judul, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Dalam bab ini dibahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Teori yang digunakan meliputi teori persepsi resiko dan teori citra negara. Pada bab ini juga akan dibahas beberapa penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan model kerangka konseptual yang menjadi pedoman dalam tahap pengolahan data.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dibahas tentang populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis data yang digunakan untuk melakukan pembuktian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dibahas tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan, deskripsi responden, dan juga analisis data.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan juga saran.

