

**TESIS**

**PERSEPSI, SIKAP DAN MINAT PARIWISATA SYARIAH  
DI KOTA PALU SULAWESI TENGAH**

***PERCEPTIONS, ATTITUDES AND INTERESTS IN SYARIAH  
TOURISM IN THE CITY OF PALU CENTRAL SULAWESI***

**Devina Amelia**

**A012221032**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2024**

**TESIS**

**PERSEPSI, SIKAP DAN MINAT PARIWISATA SYARIAH  
DI KOTA PALU SULAWESI TENGAH**

Disusun dan diajukan oleh

**Devina Amelia**

**A012221032**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS HASANUDDIN**

**MAKASSAR**

**2024**

# LEMBAR PENGESAHAN TESIS

## PERSEPSI, SIKAP DAN MINAT PARWISATA SYARIAH DI KOTA PALU SULAWESI TENGAH

Disusun dan diajukan oleh:

**DEVINA AMELIA**  
**A012221032**

telah dipertahankan dihadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka  
Penyelesaian Studi Program Magister Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin  
pada tanggal 07 Agustus 2024  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

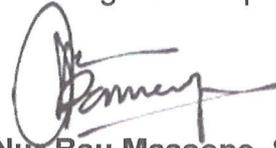
Menyetujui,

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Haris Maupa, SE., M.Si.  
NIP 195906051986011001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Andi Nur Bau Massepe, SE., MM.  
NIP 197804282009121001

Ketua Program Studi,



Dr. Muhammad Sobarsyah, SE., M.Si., CIPM.  
NIP 196806291994031002

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Abdul Rahman Kadir, SE., M.Si  
NIP 196402051988101001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devina Amelia  
NIM : A012221032  
Program Studi : Magister Manajemen  
Jenjang : S2

Menyatakan dengan ini bahwa tesis dengan judul **Persepsi, Sikap dan Minat Pariwisata Syariah Di Kota Palu Sulawesi Tengah**

Adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak cipta pihak lain. Apabila di kemudian hari tesis karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Makassar, 07 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Devina Amelia

## PRAKATA

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis ini. Tesis ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Magister Manajemen (M.M) pada Program Pendidikan Magister Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan tesis ini dengan tepat waktu. Ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc., Rektor Universitas Hasanuddin yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan jenjang Magister pada Universitas Hasanuddin.
2. Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE.,M.Si.,CIPM, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah menerima penulis untuk mengikuti kuliah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
3. Dr. H. M. Sobarsyah, SE., M.Si, Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah meluangkan waktu, kesempatan dan senantiasa mendukung kesuksesan dan penyelesaian tesis ini.
4. Bapak Prof. Dr. Haris Maupa, SE., M.Si dan Bapak Dr. Andi Nur Baumassepe, SE., MM sebagai tim penasihat atas waktu yang telah diluangkan untuk membimbing,memberikan motivasi,memberikan ilmu dan memberikan bantuan literature,serta diskusi-diskusi yang telah dilakukan. Semoga bantuan yang diberikan mendapat balasan dari ALLAH SWT.
5. Terima kasih kepada kedua Orang Tua saya tercinta kepada Papa dan Mama yang tidak henti-hentinya selalu mendoakan, memotivasi dan memberikan semangat.
6. Terima Kasih kepada saudara-saudara,keluarga,teman-teman seperjuangan kuliah yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dan wawasannya.
7. Seluruh Dosen,Pihak Akademik dan Staff Program Studi Magister Manajemen yang telah memberikan arahan dan bimbingan untuk mendalami ilmu manajemen.

8. Teman-teman seperjuangan kuliah Program Studi Magister Manajemen yang senantiasa bersama sejak perkuliahan, penulis proposal dan penyelesaian tesis ini.

Tesis ini masih jauh dari kata sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan dalam tesis ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti dan bukan para pemberi bantuan. Kritis dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan tesis ini.

Makassar, 07 Agustus 2024

Peneliti

## ABSTRAK

DEVINA AMELIA. *Persepsi, Sikap dan Minat Pariwisata Syariah di Kota Palu Sulawesi Tengah* (dibimbing oleh Haris Maupa dan Andi Nur Baumassepe).

Penelitian ini bertujuan menguji suatu *theory of planned behavior* (TPB) mengenai pengaruh persepsi konsep pada sikap, persepsi pengembangan pada sikap, dan sikap pada minat masyarakat Kota Palu tentang pariwisata syariah. Rancangan penelitian ini berbentuk deskriptif dan korelasional yang melibatkan 400 responden dari daerah empat kecamatan, yaitu Palu Selatan, Palu Timur, Palu Barat, dan Palu Utara yang ada di Kota Palu, Sulawesi Tengah. Pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan mengisi kuesioner. Pengaruh persepsi konsep pada sikap masyarakat Kota Palu tentang pariwisata syariah diuji menggunakan teknik analisis data dengan *covariance based-structural equation modelling* (CB-SEM) dengan bantuan perangkat lunak AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara persepsi dan sikap terhadap minat masyarakat Kota Palu pada pariwisata syariah. Persepsi masyarakat tentang pariwisata syariah terletak pada fasilitasnya. Kriteria fasilitas termaksud dalam salah satu kriteria *Global Muslim Travel Index* (GMTI). Pemerintah diharapkan memprioritaskan pengembangan fasilitas wisata syariah di Kota Palu, Sulawesi Tengah.

Kata kunci: persepsi, sikap, minat, pariwisata syariah



## ABSTRACT

DEVINAAMELIA. *Perceptions, Attitudes, and Interests on Sharia Tourism in Palu City, Central Sulawesi* (supervised by Haris Maupa and Andi Nur Baumassepe)

This research aims to test a Theory of Planned Behavior (TPO) regarding the effect of concept perception on attitudes, perception of development of attitudes, and attitudes on the interest of the people of Palu City regarding sharia tourism. This research design was descriptive and correlational study, involving 400 respondents from four districts, namely South Palu, East Palu, West Palu, and North Palu in Palu City, Central Sulawesi. The data were collected by carrying out a survey by filling a questionnaire. The effect of perception concepts on the attitudes of the people of Palu City regarding sharia tourism was tested using data analysis techniques with SB-SEM (Covariance Based-Structural Modelling) with Amos software. The results show that there is a positive effect between perceptions and attitudes on the interest of the people of Palu City of sharia tourism. The public's perception of sharia tourism lies in its facilities. The facility criteria are included in one of the GMTI (Global Muslim Travel Index) criteria. The government is expected to prioritize the development of sharia tourism facilities in Palu City, Central Sulawesi.

Key words: perception, attitude, intention, shariah tourism



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.6 Definisi Istilah.....	6
1.7 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep .....	10
2.2 Tinjauan Empiris .....	24
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	25
2.4 Kerangka Pemikiran .....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Rancangan Penelitian .....	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	28
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	32
3.6 Teknik Analisis Data.....	34

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
3.8 Uji Asumsi-asumsi SEM .....	35
3.9 Langkah-langkah Structural Equation Model (SEM) .....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	37
4.1 Hasil Penelitian .....	37
4.2 Karakteristik Responden .....	39
4.3 Uji Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	43
4.4 Uji Asumsi.....	46
4.5 Uji Hipotesis.....	54
BAB V PEMBAHASAN.....	55
6.1 Pembahasan.....	55
BAB VI PENUTUP .....	58
6.1 KESIMPULAN.....	58
6.2 SARAN .....	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1. Jumlah Populasi dan Sampel Ditiap Kecamatan.....	31
Tabel 3. 2. Operasionalisasi Variabel .....	33
Tabel 4. 1. Daerah Kecamatan Kota Palu .....	37
Tabel 4. 2. Tingkat Petumbuhan dan Sebaran Penduduk Kota Palu Berdasarkan Kecamatan, Kelurahan .....	39
Tabel 4. 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	40
Tabel 4. 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Tabel 4. 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	41
Tabel 4. 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	41
Tabel 4. 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4. 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/tahun .....	42
Tabel 4. 9. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian .....	44
Tabel 4. 10. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian .....	45
Tabel 4. 11. Uji Normalitas Data.....	47
Tabel 4. 12. Uji Outliers Berdasarkan Mahalanobis Distance .....	48
Tabel 4. 13. Kriteria Goodness of Fit.....	52
Tabel 4. 14. Kriteria Goodness of Fit.....	53
Tabel 4. 15. Nilai Loading dan Signifikasi Hubungan Struktur Antar Konstruk....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sulawesi Tengah Tahun 2020 .....	2
Gambar 1. 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sulawesi Tengah Tahun 2020 .....	3
Gambar 2. 1. Modified Theory of Planned Behavior .....	22
Gambar 4. 1. Pengukuran One Step.....	50
Gambar 4. 2. Pengukuran Two Step.....	53
Gambar 4. 3. Model Penelitian.....	54

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan sebuah sektor yang telah mempengaruhi peran penting dalam pembangunan perekonomian negara. Kemajuan dan kesejahteraan yang semakin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai bagian pokok dan kebutuhan atau gaya hidup manusia, dan menggerakkan manusia untuk mengenal alam dan budaya di kawasan negara. Sehingga secara tidak langsung pergerakan manusia akan berpengaruh terhadap mata rantai ekonomi yang saling berkesinambungan menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi bagi perekonomian dunia, perekonomian bangsa, hingga peningkatan kesejahteraan ekonomi di tingkat masyarakat lokal. Dunia pariwisata selalu mengalami peningkatan dan memunculkan sesuatu yang baru dalam pengembangannya.

Di Indonesia sendiri, mendapatkan kepercayaan dunia menurut *World Economic Forum* telah merilis negara-negara dengan pariwisata terbaik. Pariwisata Indonesia meraih peringkat yang lebih baik dalam *Global Tourism Index*. Indonesia yang sebelumnya berada di posisi ke-44, kini naik 12 level di peringkat ke-32 dari 117 negara di seluruh dunia dalam *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI) tahun 2021. Kenaikan ranking ini tercatat merupakan yang tertinggi dan posisi kedua untuk ASEAN. Jika dilihat secara substansi kawasan Asia Pasifik di sektor pariwisata Indonesia berhasil masuk 10 besar menempati peringkat ke-8.

Faktor pertumbuhan negara adalah faktor ekonomi. Pertumbuhan ekonomi yang tinggi juga dapat meningkatkan daya saing suatu negara ditingkat global. Bagian penting dari ekonomi global saat ini adalah ekonomi Islam. Pertumbuhan ekonomi Islam didukung oleh pertumbuhan jumlah penduduk Muslim dunia yang berusia muda, pertumbuhan ekonomi pesat di negara-negara Islam, nilai Islam yang mendorong bisnis dan gaya hidup Islami.

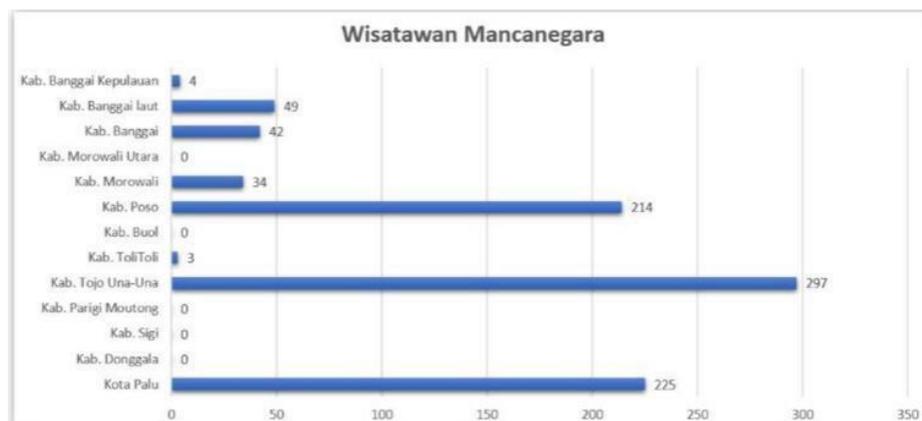
Industri pariwisata merupakan sektor bisnis pelayanan jasa yang terus berkembang setiap tahunnya. Perkembangan dunia pariwisata ini ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah kunjungan wisata dari tahun ke tahun. Menurut UNWTO (*United Nation World Tourism Organization*)

jumlah kedatangan wisatawan internasional di seluruh dunia diperkirakan akan meningkat 3,3% per tahun selama periode 2010 sampai 2030 (UNWTO, 2016).

Salah satu industri pariwisata yang semakin berkembang adalah pariwisata syariah. Indonesia sendiri adalah negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia, sehingga sektor pariwisata syariah melihat hal ini sebagai peluang pasar baru yang cukup potensial, dengan menggabungkan konsep wisata dan nilai-nilai keislaman.

Indonesia berhasil meraih predikat Top Indonesia Friendly Destination of The year 2023. *Mastercard-Crescentrating* meluncurkan hasil studi *Global Muslim Travel Index* (GMTI). Studi tahun 2023, Indonesia berada di peringkat pertama dari sebelumnya peringkat kedua sebagai destinasi wisata halal populer di dunia.

Fazal Bahardeen, CEO *Crescent Rating & Halal Trip* mengatakan, dengan posisi Indonesia sebagai negara muslim terbesar di dunia, wawasan IMTI 2023 akan memungkinkan daerah-daerah di Indonesia untuk membangun kekuatan mereka sehingga dapat memenuhi kebutuhan wisatawan muslim dengan lebih baik (Anonim 2023). salah satu daerah yang berpotensi dijadikan industri pariwisata syariah adalah Kota Palu Sulawesi Tengah karena berdasarkan informasi yang ada kunjungan wisatawan di kota Palu terus meningkat dari tahun ke tahun.



**Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sulawesi Tengah Tahun 2020**

Sumber: Statistik Kepariwisata 2020, Dinas Pariwisata Sulawesi Tengah



**Gambar 1. 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sulawesi Tengah Tahun 2020**

Sumber: Statistik Kepariwisata 2020, Dinas Pariwisata Sulawesi Tengah

Dinas Pariwisata Kota Palu menargetkan 1,32 juta kunjungan wisatawan Sepanjang 2023, Baik Untuk Wisatawan Nusantara Maupun Mancanegara. Sementara lama tinggal atau (*length of stay*) para wisatawan ditargetkan bisa mencapai rata-rata tiga hari. Pemerintah juga optimis target kunjungan tersebut akan tercapai karena pihak pemerintah terus berupaya mempromosikan dan memasarkan sektor pariwisata kota palu. Pada acara *Central Celebes Travel Fair 2023*, Dinas pariwisata kota palu turut menggandeng 60 mitra dari industri pariwisata yang ada di kota palu dan sekitarnya tersebut untuk bekerja sama dalam menawarkan promosi paket perjalanan wisata terbaik. Pemerintah Kota Palu berharap dengan adanya promosi tersebut dapat membantu wisatawan nusantara maupun mancanegara dalam merencanakan perjalanan ke Kota Palu Sulawesi tengah.

Untuk mencapai hal tersebut perlu adanya dukungan dari masyarakat karena salah satu faktor permintaan yaitu adanya minat/selera masyarakat akan suatu barang jasa (Karim, 2001:83). Semakin tinggi minat masyarakat akan suatu barang dan jasa, semakin tinggi pula permintaan atas barang dan jasa tersebut. Jika permintaan akan barang dan jasa tinggi, maka akan menyebabkan meningkatnya pertumbuhan ekonomi.

Maka dari itu perlu diketahui penyebab konsumen memiliki minat/selera dalam mengkonsumsi barang. Dalam *Modified Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (2005:179) menyatakan bahwa perilaku seseorang akan dipengaruhi oleh minat; minat berperilaku akan dipengaruhi

oleh sikap, norma subyektif dan persepsi kontrol berperilaku; sikap dipengaruhi oleh faktor-faktor latar belakang individu. Sebagaimana dikatakan oleh Ajzen (1991:198) bahwa TPB cocok untuk menjelaskan perilaku apa pun yang memerlukan perencanaan, seperti kewirausahaan.

Dalam hal pengembangan pariwisata syariah di Kota Palu, perlu adanya uji mengenai teori tersebut apakah akan relevan jika diterapkan pada masyarakat Kota Palu. Oleh karena itu, digunakan Metode SEM (*Structural Equation Modeling*) karena Metode SEM cocok untuk membuktikan teori tersebut. Metode SEM memiliki keunggulan dibandingkan regresi, karena dapat menganalisis beberapa hubungan pada satu waktu atau dapat menguji beberapa variabel dependen (endogen) melalui beberapa variabel independen (eksogen). SEM dapat dikatakan sebagai kombinasi antara analisis faktor dan analisis regresi berganda. Selain itu, SEM sering disebut sebagai *Path Analysis* atau *Confirmatory Factor Analysis* karena perlu justifikasi teoritis atau proses nalar yang kuat untuk mengkonfirmasi apakah indikator yang digunakan harus mempunyai pijakan teori sehingga dapat mengkonfirmasi konstruk/variabelnya (Minto,2016:6).

SEM terbagi menjadi dua jenis tipe, yaitu PLS-SEM (*Partial least Square SEM*) dan CB-SEM (*Covariance Based SEM*). Karena pendekatan dalam penelitian ini berdasarkan *covariance*, metode yang digunakan *Likelihood*, dan masyarakat data berdistribusi normal serta memenuhi kriteria *goodness of fit* sebelum estimasi parameter (Reinartz et al.,2009). Alat yang cocok untuk mengolah data dengan tipe CB-SEM, yakni *Software Amos* karena Amos mampu menjawab masalah yang bersifat korelasi regresi dan dapat mengidentifikasi dimensi sebuah konsep (Ginting,2009:121).

Jika hasil pengolahan data teruji signifikan, yakni persepsi mempengaruhi sikap dan sikap mempengaruhi minat, maka diperlukan pengembangan model/konsep pariwisata syariah yang cocok dengan indikator mengenai persepsi (persepsi konsep dan persepsi pengembangan) pariwisata syariah. Selain itu, indikator pengembangan pariwisata syariah harus sesuai dengan plot GMTI, karena kemenpar dan MUI sepakat mengembangkan pariwisata syariah dengan menggunakan kriteria GMTI sebagai acuannya (Lampungnews,2019). Dalam acuan GMTI ada tiga kelompok kriteria wisata halal yang diulas. Pertama, destinasi ramah keluarga yang mencakup keamanan umum bagi wisatawan muslim

serta jumlah kedatangan wisatawan muslim. Kedua, layanan dan fasilitas di destinasi yang ramah muslim. Ketiga, kesadaran syariah dan pemasaran destinasi. (Sindonews, 2016).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar yang dikemukakan di atas, maka rumusan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsep berpengaruh positif terhadap sikap masyarakat akan pariwisata syariah di Kota Palu.
2. Bagaimana persepsi pengembangan berpengaruh positif terhadap sikap masyarakat akan pariwisata syariah di Kota Palu.
3. Bagaimana sikap berpengaruh positif terhadap minat masyarakat akan pariwisata syariah di Kota Palu.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Persepsi konsep berpengaruh positif terhadap sikap masyarakat akan pariwisata syariah di Kota Palu.
2. Persepsi pengembangan berpengaruh positif terhadap sikap masyarakat akan pariwisata syariah di Kota Palu.
3. Sikap berpengaruh positif terhadap minat masyarakat akan pariwisata syariah di Kota Palu.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis mengharapkan akan menambah ilmu pengetahuan penulis, khususnya dalam bidang strategik dan juga diharapkan akan memiliki kegunaan sebagai berikut.

### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen strategik dan sebagai bahan pedoman penelitian lebih lanjut atau pertimbangan bagi penelitian peneliti lain yang akan mengambil topik serupa.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Hasil penelitian ini yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan kegunaan praktis bagi pihak-pihak tertentu yang membutuhkan. Penelitian ini berguna sebagai sumbangan pemikiran terhadap pengembangan ilmu pengetahuan yang secara praktis dan bermanfaat bagi lembaga, instansi pemerintahan, maupun swasta yang memerlukan pemikiran-pemikiran tentang hal itu dan sebagai pengabdian di bidang ilmu pengetahuan secara konkrit sehingga dapat dimanfaatkan oleh suatu instansi atau perusahaan sebagai masukan pemikiran. Selain itu bagi para peneliti lain, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi tambahan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini memfokuskan persepsi, sikap dan minat masyarakat pada pariwisata syariah dengan menggunakan paradigma *Theory of Planned Behavior* (TPB). Hal ini dimaksudkan agar peneliti dapat fokus dalam bagian tertentu, sehingga hasil yang diteliti lebih valid dan spesifik, mendalam dan memudahkan peneliti untuk menganalisis data yang diperoleh.

### **1.6 Definisi Istilah**

Berdasarkan fokus dan rumusan masalah penelitian, maka uraian definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persepsi

Persepsi merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi menggunakan alat panca indra.

2. Sikap

Sikap merupakan suatu disposisi untuk merespon secara positif atau negatif perilaku tertentu. Selain itu sikap juga sebagai suatu evaluasi yang menyeluruh dan memungkinkan seseorang untuk merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak terhadap objek yang dinilai.

3. Minat

Minat merupakan suatu perhatian yang kuat dan mendalam serta perasaan senang seseorang terhadap suatu kegiatan sehingga

mengarahkannya untuk melakukan kegiatan tersebut atas dasar kemauan sendiri.

#### 4. Pariwisata syariah

Pariwisata syariah atau dikenal dengan pariwisata syariah merupakan setiap kegiatan atau aktivitas, peristiwa dan pengalaman yang dilakukan dalam keadaan sesuai dengan syariat Islam.

### 1.7 Sistematika Penulisan

Gambaran secara terperinci keseluruhan dari isi tulisan ini dapat dilihat pada sistematika penulisan sebagai berikut:

#### BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini peneliti menjelaskan latar belakang masalah mengapa peneliti memilih tema ini. Disamping itu, bab ini juga memuat rumusan masalah yang bertujuan agar pembahasan dalam tesis ini tidak meluas dari garis yang telah ditetapkan. Selanjutnya, tujuan penelitian yang menjelaskan tentang hal-hal yang disampaikan untuk menjawab permasalahan yang telah ditentukan.

#### BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang penjabaran mengenai literatur yang digunakan dan mendukung terhadap permasalahan yang dikaji, yaitu mengemukakan penjelasan berbagai sumber kepustakaan yang menjadi rujukan serta relevan dengan permasalahan yang akan dibahas. Penulis menggunakan sumber jurnal, tesis pendahuluan, dan sumber dari media internet.

#### BAB 3: METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

#### BAB 4: HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan penyajian data yang telah diperoleh, proses pengolahan data dan hasil pengolahan data.

#### BAB 5: PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil dari pengamatan atau penelitian, sebagai laporan observasi tentang penilaian terhadap sesuatu.

#### BAB 6: PENUTUP

Bab ini merupakan uraian singkat hasil penelitian, berisi kesimpulan

dan atas kesimpulan kemudian diajukan saran sebagai sumbangan pemikiran penelitian bagi pemecahan masalah.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori dan Konsep**

Kajian pustaka merupakan suatu kumpulan dari teori yang dipilih untuk menjadi bahan referensi, literature, dan dasar dalam sebuah penelitian atau karya tulis ilmiah. Tujuannya adalah untuk menjawab permasalahan dari suatu penelitian.

Dalam penelitian tesis ini peneliti menggali informasi dari beberapa penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada. Selain itu, peneliti juga menggali informasi dari buku-buku maupun tesis terdahulu dalam rangka mendapatkan suatu informasi yang ada sebelumnya tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

##### **2.1.1 Pengertian Manajemen**

Manajemen merupakan suatu proses dimana suatu perusahaan atau organisasi dalam melakukan suatu usaha harus mempunyai prinsip-prinsip manajemen dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki oleh suatu perusahaan atau organisasi dalam mencapai suatu tujuan.

Manajemen mempunyai arti yang sangat luas, dapat berarti proses, seni, ataupun ilmu. Dikatakan proses karena manajemen terdapat beberapa tahapan untuk mencapai tujuan, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan. Dikatakan seni karena manajemen merupakan suatu cara atau alat untuk seorang manajer dalam mencapai tujuan. Serta manajemen sebagai ilmu pengetahuan karena manajemen juga bersifat universal dan mempergunakan kerangka ilmu pengetahuan yang sistematis. Terdapat pengertian manajemen dari beberapa ahli diantaranya adalah:

Menurut Hasibuan (2016:12) mengemukakan bahwa manajemen adalah ilmu dan seni yang mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Mary Parker

Follet dalam Erni & Kurniawan (2017:5) mendefinisikan bahwa manajemen adalah seni dalam menyelesaikan sesuatu melalui orang lain.

Selain itu Hal tersebut sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh George R. Terry dalam Afifudin (2013:5), mendefinisikan bahwa manajemen sebagai suatu proses khas yang terdiri atas tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lain.

Berdasarkan definisi di atas bahwa manajemen adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan dimulai dari beberapa proses yaitu perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian untuk menentukan sasaran atau tujuan perusahaan atau organisasi serta menentukan cara mencapai tujuan tersebut.

### **2.1.2 Manajemen Strategik**

Manajemen strategik merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penerapan cara melaksanakannya yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuan. Sedangkan pengertian manajemen strategi menurut Hadar Nawawi (2005), perencanaan berskala besar (disebut perencanaan strategik) yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh (disebut visi) dan ditetapkan sebagai keputusan pimpinan strategic tertinggi keputusan yang mendasar dan prinsipil, agar memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif (disebut misi).

Beberapa ahli mendefinisikan manajemen strategi atau manajemen strategic sebagai seni atau ilmu pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta evaluasi terhadap berbagai keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi untuk mencapai tujuan.

Manajemen strategis berfokus pada proses tujuan sebuah organisasi, membuat dan mengembangkan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai tujuan, serta mengalokasikan sumber daya untuk menetapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian

tujuan organisasi.

Penetapan strategi yang baik dan tepat sasaran sangat dibutuhkan untuk kegiatan apapun, terutama dalam menjalankan bisnis. Strategi yang tepat dan disusun secara terorganisir akan membuat sebuah organisasi dapat lebih mudah melaksanakan misi untuk mencapai visi.

#### 1. Tujuan manajemen strategik

Setelah mengetahui manajemen strategis, tentunya kita juga harus mengetahui apa tujuannya. Berikut beberapa tujuan manajemen strategik di antaranya adalah:

- a. Memberikan arah dalam mencapai tujuannya: seperti yang sudah disinggung dalam pengertian manajemen organisasi diatas bahwa manajer berperan untuk mengarahkan semua pihak dalam hal ini sumber daya organisasi untuk melakukan kegiatan yang mengarah pada tujuannya.
- b. Menjaga kepentingan berbagai pihak: dengan adanya manajemen strategis memungkinkan pada eksekutif untuk mengantisipasi perubahan serta menyiapkan pedoman untuk pengendalian. Tujuannya untuk memperluas kerangka berpikir secara perspektif.
- c. Mengantisipasi setiap perubahan secara merata: dengan adanya manajemen strategis memungkinkan pada eksekutif untuk mengantisipasi perubahan serta menyiapkan pedoman untuk pengendalian.
- d. Berkaitan dengan efektifitas dan efisiensi: manajer strategi bertanggung jawab tidak hanya untuk mengkonsentrasikan kemampuan diatas kepentingan efisiensi melainkan juga memiliki perhatian yang serius terhadap sumber daya untuk bekerja keras dengan melakukan pekerjaan secara efektif.

#### 2. Manfaat strategik

Seperti yang telah disebutkan di atas, bahwa manajemen strategi sangat diperlukan untuk berbagai kegiatan untuk bisa mencapai tujuan dengan baik. berikut beberapa manfaat strategi baik dari sisi finansial maupun non finansial:

- a. Manajemen strategik dapat menghasilkan keputusan terbaik

bagi organisasi dan masyarakat.

- b. Kegiatan merumuskan strategik akan membantu meningkatkan kemampuan organisasi dalam menghadapi berbagai tantangan.
- c. Manajemen strategik yang baik akan membantu mencegah berbagai masalah yang berasal dari dalam maupun luar.
- d. Implementasi manajemen strategik akan membuat proses operasional sebuah organisasi menjadi lebih efektif dan efisien.
- e. Manajemen strategik dapat memudahkan dalam penerapan langsung dilapangan.
- f. Manajemen strategik dapat membantu dalam perspektif ekonomi.

### **2.1.3 Pengertian Pariwisata**

Pariwisata merupakan salah satu potensi besar sumber daya yang dapat dikembangkan oleh setiap daerah sebagai salah satu sumber daya yang menghasilkan devisa bagi negara (Stuty,2017). Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari atas dua kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan wisata berarti “pergi” atau “bepergian”. Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa inggris disebut dengan kata “tour”, sedangkan untuk pengertian jamak, kata “kepariwisataan” dapat digunakan kata “tourisme” atau “tourism” (Yoeti, 1996 dalam sewena, 2017).

Pariwisata adalah kegiatan bersifat dinamis yang melibatkan banyak manusia baik secara individu maupun kelompok serta menghidupkan berbagai bidang usaha. Artinya pariwisata merupakan suatu kegiatan yang bersifat kompleks yang dapat melibatkan beberapa pihak dan aspek dan memberikan dampak secara luas. Pariwisata bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan,

pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha bahwa pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan local, nasional dan global Isdaryanto (2017:16).

Sebagai antisipasi perkembangan dunia pariwisata yang telah mengglobal sifatnya, pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-undang No.10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang terdiri atas tujuh belas bab dan tujuh puluh pasal yang mengandung ketentuan meliputi delapan hal, yaitu:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya Tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas secara layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah daerah.
4. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.
5. Daya Tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
6. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografi yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya Tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
7. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang atau

jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.

8. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi tetapi semata-mata hanya untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya atau rekreasi atau untuk memenuhi kebutuhan keinginan yang beraneka ragam (Otto Randa Payangan, 2017).

#### **2.1.4 Pariwisata Syariah**

Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No.108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah adapun yang dimaksud dengan pariwisata berasal dari wisata yang memiliki pengertian sebagai sebuah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara, sedangkan yang dimaksud dengan pariwisata, didefinisikan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Kemudian yang dimaksud dengan “halal“ yaitu kata yang berasal dari bahasa Arab halla, yahillu, hillan, wahalalan<sup>1</sup> yang memiliki makna dibenarkan atau dibolehkan oleh hukum syarak. Memiliki arti sebagai sesuatu yang dibolehkan atau diizinkan oleh Allah Kata tersebut merupakan sumber utama yang tidak hanya terkait dengan makanan atau produk makanan, tetapi juga memasuki semua aspek kehidupan, seperti perbankan dan keuangan, kosmetik, pekerjaan, pariwisata, dan lainnya (Satriana & Faridah, 2018).

Pariwisata syariah di berbagai negara menggunakan terminologi yang berbeda-beda antara lain Islamic tourism, halal tourism, muslim

friendly travel atau halal travel. Istilah Islamic tourism/halal tourism pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat umum pada tahun 2000 di pertemuan yang diselenggarakan oleh OIC (*Organisation of Islamic Cooperation*) atau OKI (Organisasi Kerja Sama Islam). Konsep wisata syariah dinilai sebagai aktualisasi dari gagasan gaya hidup Islami yang mengintegrasikan dua parameter utama yaitu penerapan nilai syariah dan menghindari sesuatu yang haram (Shuru 0[r, 2020).

Berdasarkan perspektif industri, wisata syariah dilihat sebagai suatu produk pelengkap dari pariwisata konvensional. Sebuah pendekatan baru dalam mengembangkan pariwisata yang berprinsip pada integrasi nilai kearifan lokal dan nilai islami tanpa mengesampingkan keunikan dan keaslian budaya sebagai daya tarik wisata. Wisata syariah merupakan salah satu bentuk wisata yang berbasis budaya dengan mengutamakan nilai-nilai dan norma syariat islam sebagai pondasi utama. Siklus industri pariwisata yang masih dalam fase pengembangan, tentunya membutuhkan gagasan yang lebih mutakhir dan internalisasi pemahaman secara menyeluruh terhadap integrasi nilai-nilai islam pada seluruh tahapan kegiatan pariwisata. (Surur, 2020).

Dalam Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, bab I, pasal 3 dinyatakan bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

Permintaan akan pariwisata syariah semakin meningkat khususnya dalam pengembangan industri. Pelaku pariwisata kemudian menekankan dalam industri pariwisata syariah untuk konsep pariwisata syariah harus berlandaskan pada hukum islam. Pengembangan pariwisata syariah ini dilakukan oleh negara– negara mayoritas muslim maupun non muslim. Dimulai pada saat meningkatnya jumlah populasi muslim di dunia sehingga munculnya peningkatan wisatawan muslim dari tahun ke tahun membuat pertumbuhan pariwisata syariah pun ikut meningkat dikarenakan tingginya permintaan wisatawan muslim akan kepedulian mereka terhadap konsumsi produk yang layak sesuai dengan prinsip islam (syariah) ketika berkunjung ke tempat wisata. Wisatawan muslim diperkirakan akan meningkat sebesar 30 persen pada tahun 2020 dan juga meningkatkan nilai pengeluaran hingga 200 miliar USD (Satriana & Faridah, 2018).

Dalam mengeksplorasi hal tersebut banyak negara yang kemudian mengembangkan pariwisata syariah di negara mereka, baik negara dengan mayoritas muslim maupun negara dengan mayoritas non-muslim. Mulai dari penyediaan produk, fasilitas, dan infrastruktur

yang dapat menunjang kebutuhan wisatawan muslim yang sesuai dengan prinsip syariah.

Pariwisata syariah merupakan suatu konsep yang muncul yang memiliki definisi yang multi atau telah didefinisikan oleh banyak ahli. Islamic Tourism Center di Malaysia menafsirkan bahwa pariwisata syariah adalah setiap aktivitas, peristiwa dan pengalaman yang dilakukan dalam keadaan sesuai dengan islam (Satriana & Faridah, 2018). Halal sendiri memiliki arti dasar yaitu berasal dari kata Halal atau halal, yahillu, hillan yang berarti membebaskan, melepaskan, memecahkan, membubarkan dan membolehkan atau segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum dalam menggunakannya (Dahlan, 2016). International Union of Muslim Scholars memberikan definisi halal sebagai apa yang diizinkan, yang tidak ada batasannya dan perbuatan yang diberikan izin oleh pemberi hukum, Allah (Battour & ismail, 2015).

Syariah sendiri erat kaitannya dengan segala sesuatu yang dimakan dan diminum sehingga halal terkadang secara sempit hanya didefinisikan berdasarkan makanan dan minuman saja. Namun, secara luas syariah juga merujuk pada banyak hal dalam aspek kehidupan seperti keuangan, pekerjaan dan pariwisata. Singkatnya dari perspektif islam, syariah didefinisikan sebagai hal yang mengacu pada aktivitas apapun yang diperbolehkan dalam ajaran islam.

Pariwisata syariah pastinya mengedepankan produk-produk halal yang mana dikonsumsi oleh turis-turis muslim, namun tidak menutup untuk turis non- muslim yang juga ingin menikmati produk-produk halal ini. Karena pada hakekatnya, implementasi syariah pada pariwisata syariah adalah berarti menyingkirkan hal-hal yang membahayakan bagi manusia dan lingkungannya pada produk maupun jasa yang diberikan dan tentu memberikan kemaslahatan secara umum (Arby, 2017). Pariwisata syariah juga diklaim sebagai konsep yang tidak hanya terbatas pada pariwisata keagamaan, namun meluas pada seluruh bentuk dan aspek pariwisata kecuali yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Alim et.al (t.t) berpendapat bahwa pariwisata syariah selalu mengedepankan nilai-nilai keislaman dalam segala aktivitasnya.

Wisata syariah merupakan salah satu upaya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dalam mewujudkan wisata syariah di Indonesia. Pada peluncuran wisata syariah yang bertepatan dengan kegiatan *Indonesia Halal Expo (Index) 2013* dan *Global Halal Forum* yang digelar pada 30 Oktober - 2 November 2013 di Semeru Room, Lantai 6, Gedung Pusat Niaga, JIExpo (PRJ), Kemayoran, Jakarta Pusat, Rabu (30/10/2013), *President Islamic Nutrition Council of America*, Muhammad Munir Chaudry, menyampaikan bahwa, “Wisata halal merupakan konsep baru pariwisata. Ini bukanlah wisata religi seperti umroh dan menunaikan ibadah haji. Wisata syariah adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim” (Wuryanti, 2013).

Wisata syariah bukan merupakan wisata yang eksklusif karena orang muslim maupun non-muslim dapat menikmati pelayanan berdasarkan nilai-nilai syariah. Wisata syariah tidak hanya meliputi destinasi ziarah dan religi, tetapi juga mencakup ketersediaan fasilitas pendukung, seperti restoran dan hotel yang menyediakan makanan halal dan tempat shalat (Adriani, 2015).

#### **2.1.5 Standar Teknis Penyelenggaraan Pariwisata Syariah**

Standarisasi yang ditetapkan oleh GMTI dapat menjadi bahan diskusi dan pertimbangan dalam menentukan standar teknis penyelenggaraan pariwisata syariah. Berdasarkan Laporan *Global Muslim Travel Index (GMTI)* tahun 2019 (GMTI, 2019) terdapat empat faktor utama yang sebagai dasar penentuan dalam mengukur indeks wisata halal di dunia berdasarkan pasar global, yaitu:

##### **1. Akses**

Akses merupakan faktor yang dapat menghubungkan antara supply dan demand. Aspek akses tersebut terbagi menjadi 3 bagian yaitu:

- a. Persyaratan visa, sebagai dokumen penting sebelum memasuki negara tujuan. Masing-masing negara memiliki kebijakan tersendiri terhadap persyaratan visa.
- b. Konektivitas, hal ini merujuk tersedianya konektivitas dari negara asal ke negara tujuan baik berupa transportasi udara,

laut dan darat. Perkembangan teknologi saat ini, sangat memungkinkan wisatawan dapat berpindah lebih cepat dari satu negara ke negara lain.

- c. Infrastruktur transportasi, tersedianya sarana atau prasarana transportasi di daerah tujuan wisata juga menjadi pertimbangan. Hal ini sesuai dengan upaya membangun keterkaitan antara satu objek dengan objek yang lain.

## 2. Komunikasi

Aspek komunikasi merujuk pada hubungan antara sisi eksternal dan internal dalam sistem pariwisata syariah. Aspek ini terdiri dari 3 tolak ukur yaitu:

- a. Jangkauan, upaya untuk membangun keterjangkauan informasi melalui media daring, buku maupun sumber informasi lain. Hal ini memudahkan wisatawan untuk mendapat seluruh informasi terhadap tujuan wisata atau sebaliknya pelaku wisata dapat memberikan informasi kepada target wisatawan.
- b. Kemudahan komunikasi, penggunaan bahasa yang universal dapat memudahkan proses komunikasi baik secara internal maupun eksternal
- c. Jejak digital, perkembangan telekomunikasi dan informasi mendorong percepatan penggunaan media digital yang dapat menembus batas ruang dan waktu. Tersedianya aplikasi sangat menunjang komunikasi dan informasi wisata halal.

## 3. Lingkungan

Kondisi lingkungan di daerah tujuan wisata juga menjadi pertimbangan dalam pengukuran wisata yang ramah muslim, aspek ini terdiri dari:

- a. Keamanan, berkaitan dengan faktor keamanan para wisatawan setibanya di negara tujuan. Wisatawan puas jika mereka merasa aman selama melakukan kegiatan wisata.
- b. Kenyamanan beribadah, selain keamanan secara fisik pelancong juga membutuhkan kenyamanan beribadah tanpa harus dibatasi oleh hal hal yang mengganggu jalannya ibadah.

- c. Keramahtamahan, pengunjung yang datang pada objek tertentu dapat disambut dengan penghargaan, keramahtamahan dan toleransi keyakinan yang dianut.
  - d. Kondisi lingkungan, kondisi yang memungkinkan untuk lembaga penelitian, teknologi informasi dan masyarakat untuk membangun iklim wisata halal yang ideal.
4. Jasa

Penyediaan layanan jasa selama berada di destinasi wisata ditentukan dengan 3 bentuk jasa sesuai dengan kebutuhan berdasarkan standar syariah, yaitu:

- a. Kebutuhan utama, merujuk pada tersedia makanan terstandarisasi halal dan fasilitas ibadah.
- b. Jasa utama, tersedianya hotel sesuai standar syariah dan bandara yang menjadi pintu utama kedatangan para wisatawan.
- c. Pengalaman berharga; objek daya tarik wisata sedapat mungkin menawarkan pengalaman unik dan berharga yang mereka tidak ditemukan di negara asal seperti warisan sejarah dunia perkembangan islam. Berdasarkan parameter tersebut.

#### **2.1.6 Peluang dan Tantangan Wisata Syariah (*Syariah Tourism*)**

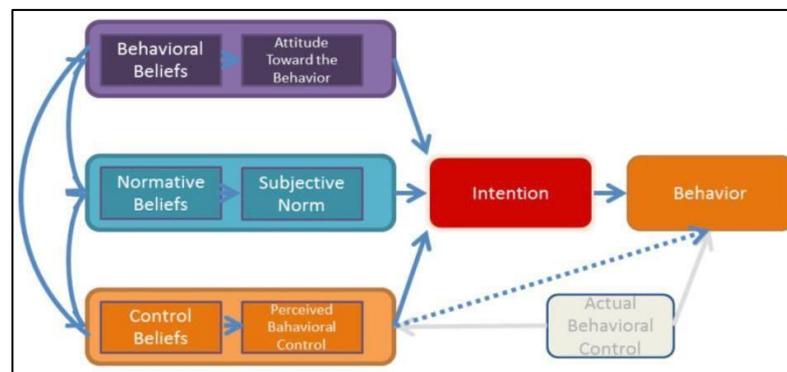
Populasi muslim saat ini sekitar 30 persen dari total populasi dunia (Kim et al. 2015). Jumlah populasi muslim diperkirakan akan terus meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan tersebut lebih tinggi dari populasi penganut agama lainnya (Pew Research Center, 2017). Diperkirakan populasi muslim antara tahun 2015 hingga 2060 meningkat sebesar 70 persen (Gambar 1), sedangkan populasi dunia meningkat sebesar 32 persen atau jumlah total populasi dunia pada tahun 2060 sebanyak 9.6 miliar 40 orang. Hal ini juga menandakan bahwa wisatawan muslim akan terus meningkat. Pada tahun 2020, wisatawan muslim diperkirakan meningkat sebesar 30 persen dan meningkatkan nilai pengeluaran hingga 200 miliar USD (Mastercard dan Crescentrating, 2016).

Adanya peningkatan wisatawan muslim merupakan peluang bagi sektor pariwisata untuk mengembangkan wisata syariah. Sehingga beberapa negara mulai mengambil peluang tersebut dengan

mengembangkan wisata syariah, baik negara dengan mayoritas muslim maupun non-muslim seperti Jepang, Korea Selatan, Australia, dan Thailand. Diharapkan tempat-tempat wisata, hotel, restoran, maskapai penerbangan, agen perjalanan serta semua yang terlibat dalam pariwisata dapat terlibat di wisata syariah. Agen perjalanan memiliki peluang wisata syariah dalam berbagai bidang (Battour dan Ismail, 2016).

### 2.1.7 Paradigma *Theory of Planned Behavior* (TPB), Persepsi, Sikap dan Minat

Teori yang menjadi dasar perilaku konsumen dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1975). Ajzen dan Fishbein (1975) mengajukan *The Theory of Reasoned Action* (TRA). TRA menunjukkan bahwa perilaku seseorang akan dipengaruhi oleh minat, dan minat akan dipengaruhi oleh sikap. TPB merupakan pengembangan lebih lanjut dari TRA (Riza, 2017). TPB menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan, bersama-sama membentuk niat dan perilaku individu (Ajzen, 2005:179).



**Gambar 2. 1. Modified Theory of Planned Behavior**

Sumber: Ajzen, I. (2005). *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, p. 179-211.

TPB menambahkan konsep persepsi pengendalian perilaku, yang berasal dari teori *Self-Efficacy Theory* (SET). SET adalah prasyarat yang paling penting untuk perubahan perilaku, karena menentukan inisiasi perilaku koping. Teori *self - efficacy* memberikan kontribusi untuk menjelaskan berbagai hubungan antara keyakinan, sikap, niat, dan perilaku (Ajzen, 2005: 184).

Ajzen kemudian mengembangkan TPB menjadi *Modified* TPB atau

teori perilaku terencana modifikasi. Faktor individu seperti personal, sosial dan informasi yang mempengaruhi sikap dan perilaku individu. CB-SEM dianggap tepat untuk memprediksi perilaku *Modified* TPB menunjukkan bahwa perilaku seseorang akan dipengaruhi oleh minat; minat berperilaku akan dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif dan persepsi kontrol keperilakuan; sikap dipengaruhi oleh faktor-faktor latar belakang individu.

### **Persepsi**

Secara umum persepsi merupakan proses perolehan, penafsiran, pemilihan dan pengaturan informasi indrawi menggunakan alat panca indra (Sarwono, 2009). Persepsi merupakan suatu proses yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan rangsangan- rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya (Wahyuni, 2008). Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi (Oktradiksa, 2015). Cara pandang akan menentukan kesan yang dihasilkan dari proses persepsi. Persepsi masyarakat akan menghasilkan suatu penilaian terhadap sikap (Listyana, 2015). Persepsi menandakan adanya pandangan dari setiap orang terhadap sesuatu baik kondisi, keadaan atau suasana.

### **Sikap**

Sikap merupakan suatu disposisi untuk merespon secara positif atau negatif perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Sikap sebagai suatu evaluasi yang menyeluruh dan memungkinkan seseorang untuk merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak terhadap obyek yang dinilai (Wahyuni, 2008). Sikap merupakan reaksi mengenai objek atau situasi yang relatif stagnan yang disertai dengan adanya perasaan tertentu dan memberi dasar pada orang tersebut untuk membuat respon atau perilaku dengan cara tertentu yang dipilihnya (Mulyana, 2013). Sikap menurut Sunaryo dalam Febriyanto (2016) adalah kecenderungan individu untuk bertindak berupa respon tertutup terhadap stimulus ataupun objek tertentu. Di mana dalam hal sikap, dapat dibagi menjadi menerima, merespon, menghargai, dan

bertanggung jawab (Notoatmodjo dalam Febriyanto, 2016). Sebuah evaluasi konsep yang dilakukan oleh seseorang merupakan konsep, yang mana evaluasi dapat diciptakan oleh sistem afektif maupun kognitif (Peter dan Olson dalam Divianjella, 2018). Sikap berimplikasi pada sesuatu tindakan yang sesuai dengan kondisi atau keadaan seseorang.

### **Minat**

Minat adalah suatu perhatian yang kuat dan mendalam serta perasaan senang seseorang terhadap suatu kegiatan sehingga mengarahkannya untuk melakukan kegiatan tersebut atas dasar kemauan sendiri (Lilawati dalam Zusnani, 2013). Minat merupakan kecenderungan jiwa seseorang kepada sesuatu (biasanya disertai dengan perasaan senang), karena merasa ada kepentingan dengan sesuatu itu (Mulyana, 2013). Minat seseorang timbul dari dalam diri orang tersebut tanpa adanya orang lain yang menyuruh (Nurkhan, 2005). Adapun minat meliputi dua aspek, yaitu aspek kognitif berdasarkan konsep yang dikembangkan dengan bidang yang berkaitan dengan minat dan aspek afektif yang membangun aspek kognitif serta dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang dapat menimbulkan minat (Kambuaya, 2015). Minat berawal dari keinginan untuk berbuat sesuatu sesuai dengan apa yang dikehendaki.

## **2.2 Tinjauan Empiris**

Pada bagian ini diuraikan tentang beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dan relevan dengan topik penelitian, hal ini diperlukan dalam rangka mendukung dan memperkuat kajian empiris penelitian ini. Berikut diuraikan matriks penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Peneliti dan Tahun</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Temuan</b>

1.	Lalu Adi Permadi (2018)	Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Rencana Dikembangkan ya Wisata Syariah (Halal Tourism) Di Provinsi Nusa Tenggara Barat	Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Nusa Tenggara Barat memiliki persepsi BAIK terhadap rencana penerapan wisata halal di daerahnya, sikap yang POSITIF terhadap rencana penerapan wisata halal di daerah ini dan dari diagram kartesius diketahui bahwa hasil rencana penerapan wisata halal dipersepsikan dan disikapi sangat tinggi oleh masyarakat NTB.
2.	Sartika Reslinan (2022)	Persepsi Masyarakat Kecamatan Pamijahan Terhadap Penerapan Halal Tourism	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh penerapan halal tourism yang terdiri atas pengetahuan, profesi dan budaya yang berpengaruh nyata dan positif terhadap penerapan halal tourism, dengan nilai tinggi atau naik.
3.	Sri Maryati (2019)	Persepsi Terhadap Wisata Halal di Kota Padang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi baik dari pengunjung wisata di Kota Padang.
4.	Firdausa Kumala Sari (2019)	Persepsi, Sikap dan Minat Pariwisata Halal di Daerah Istimewa Yogyakarta	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh antara persepsi dan sikap pada minat masyarakat dalam pariwisata halal. Persepsi masyarakat tentang pariwisata halal terletak pada fasilitasnya.
5.	Ali Hanafiah (2022)	Empirical Investigation Of Muslim Gen-Z on Revisit Intention Toward Halal Tourism of Bandung City	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas ramah muslim mempunyai dampak positif dan pengaruh positif yang signifikan terhadap minat kunjungan muslim generasi Z.
6.	Wulpiah (2022)	Public Perception and Attitude Toward The Development of Halal Tourism: A case in Bangka District Indonesia	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi dan sikap masyarakat berpengaruh signifikan terhadap pengembangan wisata halal di kabupaten bangka dan sebagian masing-masing variabelterikat yaitu pengembangan wisata halal.
7.	Desna Ramadhani (2023)	The Influence of Attitude and Halal Perceptions on Intention to Visit Halal Tourism Destinations	Penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas positif dan signifikan mempengaruhi norma subyektif, persepsi halal, dan sikap. persepsi halal positif dan signifikan mempengaruhi sikap dan niat membeli.

### 2.3 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah

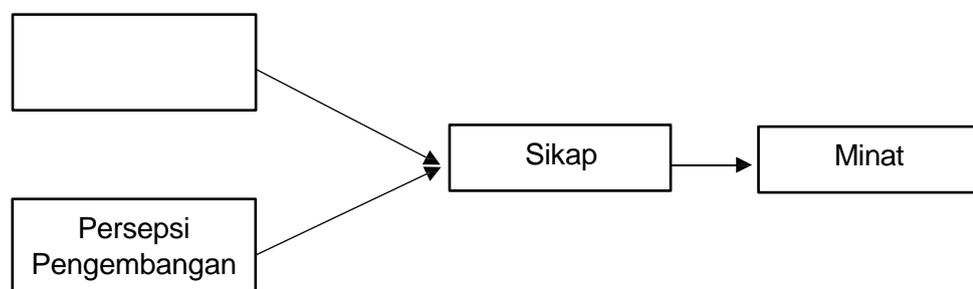
penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

Pemahaman saat ini tentang faktor-faktor apa yang mempengaruhi penggunaan *User Generated Content* (UGC) ketika wisatawan membuat rencana perjalanan dalam penelitian Filho et. al (2009) menggunakan TPB mengusulkan model konseptual perilaku konsumen online yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan, bekerja sama untuk menentukan perilaku konsumen online, lebih khusus penggunaan UGC saat membuat rencana perjalanan.

H1: Persepsi konsep berpengaruh positif terhadap sikap masyarakat akan pariwisata syariah. Keyakinan tentang keberadaan faktor-faktor yang dapat memfasilitasi atau menghambat kinerja perilaku (keyakinan kontrol) mempertimbangkan bagaimana sikap manusia (Ajzen, 2019). Kontrol keyakinan menimbulkan persepsi kontrol perilaku yang akan mempengaruhi sikap.

H2: Persepsi Pengembangan berpengaruh positif terhadap sikap masyarakat akan pariwisata syariah. Menurut *Theory Planned Behavior* minat dipengaruhi oleh tiga variabel, yaitu sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku. Teori tersebut dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Susanti et. al (2018), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sikap positif dan signifikan terhadap minat.

H3: Sikap berpengaruh positif terhadap minat masyarakat akan pariwisata syariah.



Sumber: Diolah oleh peneliti 2024

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Peneliti akan menganalisis apakah persepsi berpengaruh terhadap sikap dan sikap berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk mengunjungi pariwisata syariah. Jika demikian, maka perlu diketahui persepsi seperti apakah yang berkembang di masyarakat Kota Palu. Melalui analisis pengolahan data tersebut akan dihasilkan kesimpulan terkait tingkat pengaruh persepsi pariwisata syariah setiap individu terhadap minat berwisata syariah. Ketika hasil dapat menunjukkan angka positif maka perwujudan wisata syariah di Kota Palu perlu ditingkatkan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan calon wisatawan.