

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata menjadi perbincangan di seluruh dunia dewasa ini. Masyarakat memiliki minat yang tinggi untuk melakukan perjalanan ke berbagai destinasi wisata, baik di dalam maupun luar negeri. Pariwisata halal mencakup pemahaman makna halal di berbagai aspek kegiatan pariwisata mulai dari penginapan, sarana transportasi, konsumsi, dan destinasi dengan berlandaskan nilai dan syariat islam.

Sebagai landasan, Allah SWT. berfirman dalam Al-Qur'an Q.S. Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ
وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeqi-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”

Berdasarkan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an, Q.S. Al-Mulk ayat 15 tersebut, masyarakat muslim di anjurkan untuk menggunakan pariwisata halal dalam menjelajahi bumi atau berwisata. Masalah yang di alami oleh wisatawan muslim adalah seringkali kesulitan untuk mendapatkan tempat beribadah, makanan halal, dan minuman halal. Permasalahan tersebut menjadi perhatian para pelaku usaha dewasa ini di sektor pariwisata. Menanggapi respons masyarakat, maka berkembanglah sektor pariwisata yang berlandaskan nilai-nilai islam yang biasa di kenal dengan Pariwisata halal atau *Halal Tourism*. Selain menjawab permasalahan wisatawan muslim, pariwisata halal berperan dalam meningkatkan perekonomian tiap negara.

SICTA-WTO (*Standard International Classification of Tourism Activities-World Trade Organization*), pariwisata memberikan dampak ekonomi besar mencakup 185 kegiatan usaha yang sebagian besarnya dalam jangkauan UKM. Pasar pariwisata halal di dunia menurut riset dari *Crescent Rating*, tahun 2019 diperkirakan berkembang secara agresif.

Crescent Rating (2019) telah menetapkan lima kategori yang dapat membantu mengembangkan lebih lanjut sektor perjalanan halal. Adapun kelima kategori (*Halal Travel Development Goals*) tersebut adalah sebagai berikut:

1. Integrasi, keberagaman, dan keyakinan: menjadikan muslim sebagai warga aktif komunitas global sambil tetap spiritual
2. Warisan, budaya, dan koneksi: menghubungkan wisatawan muslim dengan komunitas local, warisan dan sejarah daerah setempat.
3. Pendidikan, wawasan, dan kapabilitas: meningkatkan pengetahuan akademis dan industri yang dapat meningkatkan kapabilitas stakeholders
4. Industri, inovasi, dan perdagangan: ciptakan peluang baru untuk meningkatkan perdagangan melalui pariwisata dan mendorong pertumbuhan di berbagai sektor.
5. Kesejahteraan dan Pariwisata Berkelanjutan: mengakui tanggung jawab para pemangku kepentingan di sektor perjalanan dan dampak sosialnya pada wisatawan, komunitas yang lebih luas, dan lingkungan.

Tujuan pengembangan pariwisata tersebut berfungsi sebagai kerangka kerja menyeluruh dan membantu strategi pertumbuhan di sektor pariwisata halal.

Berdasarkan laporan GMTI 2017, mengidentifikasi populasi muslim yang berusia lebih muda sebagai salah satu pendorong utama pertumbuhan pasar wisata muslim. Sebanyak 60% atau 1 miliar populasi di negara-negara mayoritas muslim berusia kurang dari 30 tahun. Hal tersebut menjadikan Indonesia menargetkan untuk menggarap pasar milenial muslim untuk mendukung sektor pariwisata halal di Indonesia.

Indonesia sebagai negara Muslim terbesar di dunia turut menjadi pangsa pasar pariwisata halal dunia. Berdasarkan *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2019, pariwisata halal Indonesia berada di peringkat 1 pada tahun 2019.

Tabel 1.1

Top Halal Tourist Destination 2019

TOP HALAL TOURIST DESTINATIONS 2019			
			SCORE
1		INDONESIA	78
1		MALAYSIA	78
3		TURKEY	75
4		SAUDI ARABIA	72
5		UTD ARAB EMIRATES	71
6		QATAR	68
7		MOROCCO	67
8		BAHRAIN	66
8		OMAN	66
10		BRUNEI	65
10		SINGAPORE	65
11		JORDAN	63
11		IRAN	63

Sumber: *Global Muslim Travel Index* 2019

Indonesia menduduki peringkat pertama bersama dengan negara Malaysia. Indonesia memiliki 1.260 atraksi dari berbagai budaya, dan ratusan wisata alam yang ramah terhadap Muslim serta ribuan situs warisan.

Ekonomi Islam Global 2019-2020 melaporkan bahwa, pertumbuhan industri halal meningkat 5% per tahun. Melihat peluang tersebut, pariwisata halal menjadi prioritas Kementerian Pariwisata sebagai strategi percepatan pariwisata di Indonesia. Segmentasi yang dapat mengalami peningkatan pesat dalam perkembangan industri pariwisata halal, beberapa di antaranya yaitu: (1) meningkatnya pertumbuhan populasi muslim, (2) meningkatnya pertumbuhan *middle class income* dari populasi muslim, (3) meningkatnya akses informasi dari berbagai media sehingga dengan cepat dan mudah diketahui oleh masyarakat, (4) populasi muslim dengan usia rata-rata 24 tahun di tahun 2015 menjadi peluang karena pada usia muda tersebut sering melakukan perjalanan wisata, (5) meningkatnya fasilitas dan pelayanan yang ramah terhadap wisatawan muslim, (6) adanya Ramadhan Travel menjadikan wisatawan muslim tertarik berkunjung pada bulan Ramadhan, dan (7) bisnis travel yang semakin menjamur dan cepat menangkap peluang dalam pelayanan wisatawan muslim (*Global Muslim Travel Index*, 2018).

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kota Jakarta semakin fokus dalam mengembangkan pariwisata halal. Mengingat jumlah muslim dominan di Indonesia, dan seiring berjalannya waktu masyarakat memiliki kesadaran gaya hidup halal. Kondisi tersebut dapat dijadikan peluang bisnis yang menjanjikan bagi para pelaku usaha di sektor pariwisata.

Muslim milenial tentu saja berperan sebagai Influencer. Karena muslim milenial cakap dan mampu menarasikan sebuah objek wisata dengan kreativitas hasil petualangan mereka ke sosial media. Kegiatan milenial tersebut secara tidak langsung memperkenalkan keberadaan pariwisata halal. Milenial dan era digital mempercepat pertumbuhan pasar pariwisata halal. Peran muslim milenial akan membuat masyarakat tertarik, dan mencari informasi lebih mengenai pariwisata halal. Muncul keinginan dan *aware* masyarakat untuk berpergian dengan menggunakan pariwisata halal.

Menurut Assauri (2014) menyatakan bahwa preferensi seseorang berhubungan dengan perilaku konsumen atau pembeli dalam proses pemilihan produk yang akan dibeli, yang terdapat dalam proses pembelian. Proses pembelian tersebut perlu dipelajari untuk mengetahui mengapa seseorang memilih dan membeli serta lebih senang pada produk merek tertentu.

Preferensi merupakan bagian dari komponen pembuatan keputusan seorang individu. Komponen-komponen tersebut dalam penelitian ini melingkupi pengetahuan, religiusitas, pendapatan, faktor sosial, dan produk yang saling memengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan. Dalam konsep ekonomi Islam, individu melakukan konsumsi dengan tujuan *maslahah*. *Maslahah* yang diperoleh oleh konsumen ketika mengonsumsi suatu barang atau jasa yaitu manfaat material, manfaat fisik dan psikis, manfaat intelektual, manfaat terhadap lingkungan, dan manfaat jangka panjang (P3EI, 2014).

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia (2011), pengetahuan adalah sesuatu yang diketahui berkaitan dengan proses pembelajaran. Proses belajar ini dipengaruhi berbagai faktor dari dalam, seperti motivasi dan faktor luar berupa sarana informasi yang tersedia, serta keadaan sosial budaya. Sebagian besar pengetahuan seorang diperoleh melalui indra penglihatan yaitu mata (Fitriani, 2011).

Religiusitas merujuk pada tingkat keterkaitan individu terhadap agamanya. Hal ini menunjukkan bahwa individu telah menghayati dan menjalankan ajaran agamanya sehingga berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya (Ghufron, 2010).

Pendapatan yaitu pendapatan dikatakan sebagai jumlah penghasilan yang diperoleh dari hasil pekerjaan dan biasanya pendapatan seseorang dihitung setiap tahun atau setiap bulan (Samuelson dan Nordhaus, 2013).

Faktor Sosial merupakan perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh faktor sosial.

Produk merupakan unsur pertama dalam bauran pemasaran. Karena produk merupakan kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan seseorang atau lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar (Angipora, 2013).

Segmentasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim milenial terhadap pariwisata halal Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Pengambilan segmentasi masyarakat muslim milenial karena sesuai dengan data BPS terdapat 50% penduduk dengan usia produktif dan berasal dari generasi milenial dan akan mencapai angka

70 % dari penduduk usia produktif pada tahun 2020 sampai dengan tahun 2030. Dalam perspektif Absher dan Amidjaya dijelaskan bahwa generasi milenial berkisar antara 1982 sampai 2002 dan mengalami *google generation*, *net generation*, *generation Z*, *echo boomers*, dan *dumbest generation* (Nugraheni & Nugraha, et.al, 2019).

Kementerian Pariwisata mengatakan bahwa target pertumbuhan wisatawan milenial dapat menjadikan milenial sebagai “*powering influencer*” dan tanpa disadari wisatawan milenial memiliki kecakapan dalam hal advokasi dan mampu menceritakan kembali sesuai kreativitas dengan petualangan yang didapatkan. Generasi milenial, memang telah dipersiapkan oleh Kementerian Pariwisata dalam mendukung keberhasilan destinasi wisata yang ada, dengan membentuk sebuah komunitas Pariwisata yang dikenal dengan Generasi Pesona Indonesia (GENPI).

Penulis mengambil judul “***Preferensi Milenial Muslim Terhadap Pariwisata halal (Studi: DKI Jakarta)***” karena ingin memperluas wawasan mengenai pariwisata halal Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Selain itu penulis mengambil beberapa dari banyaknya faktor preferensi masyarakat milenial muslim dalam memilih pariwisata, tujuannya untuk mengetahui apakah faktor-faktor yang diambil menjadi preferensi masyarakat milenial muslim dalam berwisata. Pengambilan faktor preferensi tersebut berdasarkan atas literasi yang penulis telah jelajahi. Sehingga dengan adanya penelitian ini di harapkan masyarakat muslim terutama milenial muslim di Indonesia dapat berpartisipasi untuk meningkatkan perekonomian melalui sektor pariwisata halal.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah preferensi masyarakat muslim milenial dari sisi pengetahuan berpengaruh terhadap pariwisata halal Daerah Khusus Ibukota Jakarta ?
2. Apakah preferensi masyarakat muslim milenial dari sisi religiusitas berpengaruh terhadap pariwisata halal Daerah Khusus Ibukota Jakarta ?
3. Apakah preferensi masyarakat muslim milenial dari sisi pendapatan berpengaruh terhadap pariwisata halal Daerah Khusus Ibukota Jakarta ?
4. Apakah preferensi masyarakat muslim milenial dari sisi faktor sosial berpengaruh terhadap pariwisata halal Daerah Khusus Ibukota Jakarta ?
5. Apakah preferensi masyarakat muslim milenial dari sisi produk berpengaruh terhadap pariwisata halal Daerah Khusus Ibukota Jakarta ?
6. Bagaimana preferensi masyarakat muslim milenial terhadap pariwisata halal Daerah Khusus Ibukota Jakarta dari sudut pandang islam ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis preferensi masyarakat muslim milenial dari sisi pengetahuan terhadap pariwisata halal Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
2. Untuk menganalisis preferensi masyarakat muslim milenial dari sisi religiusitas terhadap pariwisata halal Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
3. Untuk menganalisis preferensi masyarakat muslim milenial dari sisi pendapatan terhadap pariwisata halal Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
4. Untuk menganalisis preferensi masyarakat muslim milenial dari sisi faktor sosial terhadap pariwisata halal Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
5. Untuk menganalisis preferensi masyarakat muslim milenial dari sisi produk terhadap pariwisata halal Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
6. Untuk menganalisis preferensi masyarakat muslim milenial terhadap pariwisata halal Daerah Khusus Ibukota Jakarta dari sudut pandang islam.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis

a. Perkembangan ilmu pengetahuan

Memperkaya Milenial Muslim dengan ilmu tentang konsep pariwisata halal.

b. Referensi penelitian lebih lanjut

Penelitian ini diharapkan agar dijadikan bahan perbandingan maupun referensi untuk melakukan penelitian lainnya dibidang Pariwisata halal.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pendukung untuk stakeholder maupun masyarakat dan milenial muslim dalam meningatan perekonomian melalui sektor pariwisata halal.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mempergunakan sistematika penulisan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini memuat landasan teori yang berhubungan dengan masalah, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan perumusan hipotesis.

BAB III : Metodologi Penelitian

Menguraikan variable penelitian dan definisi operasional variable, penentuan jenis sampel dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV: Hasil Dan Analisis

Menguraikan tentang deskriptif objek penelitian yang menjelaskan secara umum objek penelitian dan hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini. Serta proses pengumpulan data yang diperoleh untuk mencari makna implikasi dari hasil analisis.

BAB V: Tinjauan Dari Sudut Pandang Islam

Menguraikan landasan teori variabel penelitian berlandaskan dari sudut pandang Islam yang dapat dilihat melalui al-Qur'an, Hadis dan Fatwa MUI.

BAB VI: Penutup

Mencakup uraian yang berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.