

Persepsi Masyarakat Terhadap Wisata Halal Di Kabupaten Pringsewu

Pratiwi Dian Rosita¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Alifa Pringsewu Lampung, Indonesia

Email: pratiwidianrositarosita@gmail.com

Addini Alifa Anwari²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Alifa Pringsewu Lampung, Indonesia

Rahmahwaty³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah (STIES) Alifa Pringsewu Lampung, Indonesia

Abstract:

This research aims to test the Theory of Planned Behavior (TPB) regarding the influence of concept perceptions on attitudes, perceptions of development on attitudes in the Pringsewu community regarding halal tourism. This research design was descriptive and correlational involving 300 respondents from the Pringsewu area. collect data through surveys by filling out questionnaires. The influence of concept perceptions on the attitudes of the Pringsewu community regarding halal tourism. This research shows that there is an influence between perceptions on people's attitudes regarding halal tourism. The public's perception of halal 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 halal tourism facilities.

Keywords : Perception; Attitude; Halal Tourism

Introduction

Ekonomi islam mendapatkan posisi penting pada ekonomi global saat ini, hal ini dikarenakan pesatnya pertumbuhan penduduk yang beragama islam yang berusia muda, pesatnya perkembangan ekonomi negara negara islam yang akhirnya mendorong individu untuk menerapkan nilai islam pada bisnis dan gaya hidupnya. Organisasi konferensi islam juga membantu perkembangan ekonomi pada negara-negara islam serta mempermudah hubungan antar negara serta mendorong kemajuan ekonomi islam (kemenpar.2015). Saat ini konsep syariah mengambil bagian penting dari pertumbuhan ekonomi, bisa dilihat maraknya konsep syariah di kehidupan sehari hari mulai dari hal-hal pokok seperti makanan atau minuman, gaya hidup, hingga keuangan, maka tidak heran jika banyak negara dan kalangan yang mulai menerapkan konsep syariah pada produk wisatanya yakni dengan konsep halal dan islami. Bahkan banyak negara yang masyarakatnya minoritas muslim pun ikut ambil andil dalam penerapan konsep syariah ini (kemenpar.2015) Berdasarkan faktor demografi masyarakat, potensi wisatawan muslim dinilai akan cukup besar mengingat bahwa mayoritas penduduk memeluk agama islam.

Penggunaan konsep syariah pada suatu destinasi wisata membuat wisata tersebut bisa dikatakan sebagai wisata halal yang awal mulanya dikenal sebagai *moslem tour*. Awal mula perkembangan wisata halal dimulai pada tahun 2015 setelah diadakannya world halal tourism summit in Abu Dhabi, Uni Emirat Arab¹. Wisata halal dinilai sebagai produk pelengkap dari produk konvensional yang diangkat dari sebuah pendekatan baru yang berprinsip pada integrasi kearifan lokal dan tidak menghilangkan nilai islami pada sisi lain juga tidak menghilangkan keunikan dan keaslian budaya yang menjadi daya tarik utama dari obyek wisata tersebut². Wisata halal adalah hal baru yang mungkin masih asing di telinga masyarakat, sebagian besar masyarakat mengartikan wisata halal sebagai perjalanan ziarah, mengunjungi peninggalan keislaman dan hal hal yang berkaitan dengan religi lainnya, padahal wisata halal secara umum dikelompokkan menjadi dua

¹ Surur, F. (2020). *Wisata Halal: Konsep dan Aplikasi*. Goa: Alauddin University Press.

² *Ibid*

kelompok yakni wisata islami, gaya berpakaian halal dan perjalanan halal. Dalam artian lebih lanjut, wisata halal tidak hanya berpaku pada objek saja, akan tetapi juga perihal perilaku dan fasilitas pendukung (Priyadi,2016).

Menurut UNWO pada tahun 2016, muslim travel memiliki pengeluaran terbesar pada sektor pariwisata yang memperoleh US\$ 120 miliar pada 2015. Lebih lanjut, pada tahun 2016 *Mastercard-Crescentrating* meluncurkan hasil studi *Global Muslim Travel Index (GMTI)*. Studi tahun 2016, Indonesia berada di peringkat kedua sebagai destinasi wisata halal populer didunia sedangkan pada tahun 2018 perkembangan wisatawan muslim mencapai angka 6,3% dan indonesia menempati peringkat keempat sebagai negara yang memiliki turis muslim terbanyak dengan pengeluaran mencapai US\$9,7 miliar atau setara dengan Rp 141 triliun, dengan total turis domestik sebesar 200 juta orang, dan saat ini indonesia menempati posisi kelima sebagai negara dengan destinasi pariwisata halal dunia dan menerima devisa mencapai US\$ 13 miliar. *CEO crescent rating & halal trip*, Fazal Bahardeen berpendapat bahwa indonesia mampu membangun kekuatan dan mampu memenuhi kebutuhan wisatawan muslim dengan baik dilihat dari masyarakat indonesia yang merupakan seorang muslim³. Salah satu daerah yang berpotensi untuk dijadikan sektor pariwisata adalah Kabupaten Pringsewu, Provinsi Lampung. Sebab dilihat berdasarkan kenaikan wisatawan khususnya pada tahun 2022 hingga sebanyak 119.073 wisatawan yang terdiri dari 126.812 domestik dan 17 wisatawan mancanegara.

Guna menjangkau atau menarik para wisatawan atau pengunjung dari berbagai penjuru baik dalam provinsi maupun luar provinsi bahkan ke ranah luar negeri seperti timur tengah dan kawasan lain yang berpenduduk mayoritas muslim, Kabupaten Pringsewu mulai mempersiapkan diri dalam mengimplementasikan pariwisata syariah atau wisata halal. Adapun harapan dari rencana pengembangan wisata ini adalah meningkatkan kunjungan pada berbagai wisata yang telah ada di Pringsewu. Disisi lain, pengembangan wisata halal ini juga diharapkan mampu menjadi pemicu tumbuh kembang perekonomian penduduk sekitar sehingga akan menurunkan angka kemiskinan serta meningkatkan kemakmuran masyarakat (Permadi et al., 2018). Masyarakat sekitar akan mendapatkan kesempatan mengembangkan pariwisata secara profesional dalam berbagai bentuk usaha seperti transportasi, properti, restoran, cinderamata, kesenian dan lain-lain⁴. Hal di atas sejalan dengan salah satu pesan mantan Presiden Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) pada saat acara peluncuran gerakan ekonomi syariah di wilayah silang monas pada 17 november 2013. SBY menyatakan bahwa keberadaan ekonomi syariah memiliki banyak manfaat untuk mengurangi kerentanan antara sistem keuangan dengan sektor riil untuk menghindari penggelembungan ekonomi; menghindari pembiayaan yang cenderung berubah, dan dapat memperkuat keamanan masyarakat.

Dalam proses pembentukan dan pengembangan wisata halal di daerah Pringsewu, maka persepsi masyarakat pun memiliki peran penting dalam proses tersebut. Hal ini dikarenakan persepsi yang dimiliki masing masing individu akan mempengaruhi keterlibatannya dalam proses tersebut. Sedangkan dalam proses pembentukan dan pengembangan wisata halal masyarakat diminta untuk berperan aktif juga. 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

³ Wijnarko, T. (2018). *Pertumbuhan Pariwisata Indonesia Peringkat 9 Di Dunia - Travel Tempo.co*.

⁴ Fawaid, A., & Khotimah, J. (2019). Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Wisata Syariah (Halal Tourism) Di Pulau Santen Kabupaten Banyuwangi. *Al-Banjari : Jurnal Ilmiah Ilmu-Ulmu Keislaman*, 18(1), 85.

suatu penafsiran yang unik terhadap situasi⁵. Cara pandang akan menentukan kesan yang dihasilkan dari proses persepsi. Persepsi masyarakat akan menghasilkan suatu penilaian terhadap sikap⁶. Persepsi menandakan adanya pandangan dari setiap orang terhadap sesuatu baik kondisi, keadaan atau suasana.

Maka berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik mengkaji lebih lanjut mengenai pengaruh persepsi masyarakat terhadap pengembangan wisata halal di Pringsewu.

Method

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *cluster random sampling*. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa *cluster random sampling* adalah pengambilan sampel secara random yang bukan individual, tetapi kelompok-kelompok unit yang kecil. Cluster di sini dikelompokkan dalam usia, gender, penghasilan, dan pendidikan terakhir. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah survei melalui pengisian kuesioner, survei merupakan pemeriksaan secara teliti tentang fakta atau fenomena perilaku dan sosial terhadap subyek dalam jumlah besar (Sutisna, 2020). Sedangkan pengumpulan data melalui studi pustaka dilakukan dengan menelusuri dan mempelajari informasi atau teori yang berkaitan dengan tema yang dikaji peneliti melalui buku, jurnal, dan penelitian yang sudah ada. Indikator dalam kuesioner diambil dari berbagai sumber yang sudah ada, di antaranya indikator untuk persepsi konsep berdasarkan indikator yang digunakan dalam laporan GMTI (Mastercard dan Crescentrating, 2018).

Discussion

Berdasarkan proses pengambilan data, diperoleh 300 responden yang mayoritasnya berjenis kelamin perempuan (55,8%), mayoritas responden juga masih berstatus lajang (58,1%), pendidikan terakhir mayoritas responden adalah sekolah menengah atas (SMA) (58,9%), mayoritas responden berada dalam rentang usia remaja hingga dewasa yakni 18-25 tahun (56,45%) dan mayoritas memiliki penghasilan kurang dari Rp. 8.000.000/ tahun (70,03%).

Setelah dilakukan uji analisis data, didapatkan hasil bahwa persepsi masyarakat memiliki pengaruh terhadap perkembangan dan pembentukan wisata halal di Pringsewu. Hal tersebut dilihat berdasarkan uji regression weight yang didapatkan sebagai berikut :

Pengaruh	Nilai Estimate	Critical Ratio	Standardized Regression Weight	P- value	keterangan
Pp > sk	0,689	9,215	0,075	0.000	Signifikan
Pk > sk	0,284	3,531	0,080	0.000	signifikan

Berdasarkan uji data di atas, parameter estimasi menunjukkan nilai koefisien *standardized regression weight* diperoleh sebesar 0,080 dan nilai CR 3,531, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari persepsi konsep terhadap sikap masyarakat. Artinya semakin baik persepsi konsep masyarakat mengenai pariwisata halal maka akan meningkatkan sikap positif masyarakat

⁵ Oktradiksa, A. (2015). Analisis Persepsi Leadership dan Kewirausahaan dalam Mencapai Visi Teacherpreneurship dan Entrepreneurship (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Magelang). *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 10(1), 106–127.

⁶ Listyana, R., & Hartono, Y. (2015). Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013). *Agastya: Jurnal Sejarah Dan Pembelajarannya*, 5(01), 118–138.

terhadap pariwisata halal di Pringsewu. Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas 0.000 ($<0,05$) yang artinya berpengaruh secara signifikan.

Menurut konsep GMTI, terdapat tiga kriteria pariwisata halal, yakni destinasi ramah keluarga, fasilitas, dan kesadaran kehalalan serta pemasaran destinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden mempunyai persepsi konsep terhadap pariwisata halal yaitu menganggap bahwa pariwisata halal menyediakan fasilitas beribadah dan fasilitas umum. Fasilitas beribadah seperti mushola yang bersih, selalu mengumandangkan adzan, serta kamar mandi dan tempat wudhu yang terpisah antara laki-laki dan perempuan. Fasilitas umum seperti tempat parkir dan tempat sampah yang memadai. Dengan persepsi konsep masyarakat seperti itu, akan mempengaruhi sikap masyarakat untuk memilih pariwisata halal yang sesuai persepsi mereka untuk dikunjungi. Bahwasannya ketika pariwisata halal menyediakan fasilitas beribadah dan fasilitas umum yang sesuai dengan persepsi masyarakat, maka masyarakat akan mengunjungi pariwisata halal.

Lebih lanjut, parameter estimasi antara persepsi pengembangan dengan sikap masyarakat terhadap pariwisata halal menunjukkan nilai koefisien *standardized regression weight* diperoleh sebesar 0,075 dan nilai CR 9,215, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dari persepsi pengembangan terhadap sikap. Dalam artian lebih lanjut, semakin baik persepsi pengembangan masyarakat mengenai pariwisata halal akan meningkatkan sikap positif masyarakat akan pariwisata halal tersebut. Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai probabilitas 0.000 ($<0,05$) yang artinya berpengaruh secara signifikan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden mempunyai persepsi pengembangan terhadap pariwisata halal yaitu menganggap bahwa pariwisata halal jika dikembangkan di Pringsewu akan membuka peluang kerja bagi masyarakat, meningkatkan pendapatan penduduk, mengurangi kejahatan dan masalah sosial, serta meningkatkan reputasi dan memperkuat budaya yang ada di Pringsewu. Hal ini menunjukkan bahwa dengan persepsi pengembangan masyarakat yang positif, akan mempengaruhi sikap masyarakat secara positif untuk turut serta mengembangkan pariwisata halal di Pringsewu.

Conclusion

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan atau pengaruh secara positif antara persepsi dan sikap masyarakat terhadap pariwisata, dalam artian lebih lanjut, persepsi masyarakat akan semakin baik pula sikap masyarakat terhadap pariwisata halal. Begitu pula semakin baik sikap masyarakat terhadap pariwisata halal maka akan semakin tinggi minat masyarakat terhadap pariwisata halal. Selain itu, hasil analisis menunjukkan bahwa masyarakat memiliki persepsi jika pariwisata halal adalah pariwisata yang terdapat fasilitas beribadah seperti mushola yang bersih dan selalu mengumandangkan adzan, serta tempat wudhu dan kamar mandi yang terpisah antara laki-laki dan perempuan.

Berdasarkan hal tersebut, Pemerintah hendaknya lebih memprioritaskan untuk mengembangkan fasilitas pariwisata halal karena persepsi masyarakat Pringsewu terhadap pariwisata halal terletak pada fasilitasnya. Hal ini didukung oleh penelitian Yousaf et.al (2018) yang menyatakan bahwa Malaysia, Indonesia, UEA, dan Turki menempati 4 tempat teratas dalam indeks yang sama dalam hal fasilitas yang sesuai dengan agama yang diberikan kepada para pelancong muslim karena termasuk dalam negara mayoritas muslim, serta Indonesia memiliki standar fasilitas yang tinggi terhadap pariwisata halal.

Bibliography

- Fawaid, A., & Khotimah, J. (2019). Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Wisata Syariah (Halal Tourism) Di Pulau Santen Kabupaten Banyuwangi. *Al-Banjari: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Keislaman*, 18(1), 85. DOI:[10.18592/al-banjari.v18i1.2532](https://doi.org/10.18592/al-banjari.v18i1.2532)
- Listyana, R., & Hartono, Y. (2015). Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013). *Agastya: Jurnal Sejarah Dan Pembelajarannya*, 5(01), 118–138. <http://doi.org/10.25273/ajsp.v5i01.898>
- Oktradiksa, A. (2015). Analisis Persepsi Leadership dan Kewirausahaan dalam Mencapai Visi Teacherpreneurship dan Entrepreneurship (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Magelang). *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 10(1), 106–127. <https://journal.unimma.ac.id/index.php/cakrawala/article/view/77/40>
- Permadi, L. A., Darwini, S., Retnowati, W., Negara, I. K., & Septiani, E. (2018). Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Rencana Dikembangkannya Wisata Syariah (Halal Tourism) Di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 39–57. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v2i1.3275>
- Sarwono, Sarlito W. (2009). *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surur, F. (2020). *Wisata Halal: Konsep dan Aplikasi*. Goa: Alauddin University Press.
- Sutisna, I. (2020). Statistika Penelitian: Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Universitas Negeri Gorontalo*, 1(1), 1–15. <https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/4610/Teknik-Analisis-Data-Penelitian-Kuantitatif.pdf>
- Wahyuni, Dewi Urip. (2008). “Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” di Kawasan Surabaya Barat.”. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.10, No. 1. <https://doi.org/10.9744/jmk.10.1.pp.%2030-37>
- Wijanarko, T. (2018). *Pertumbuhan Pariwisata Indonesia Peringkat 9 Di Dunia - Travel Tempo.co*. <https://travel.tempo.co/read/1139099/pertumbuhan-pariwisata-indonesia-peringkat-9-di-dunia>

