

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia, negara kepulauan terluas di dunia yang terbentang di sepanjang garis khatulistiwa ini sangat kaya akan daya tarik (obyek) wisata. Sumber Daya Alamnya menduduki peringkat 17 dari 139 negara. Budayanya dengan 300 ragam suku dan etnis dan 742 bahasa dan dialek, memiliki 8 *World Heritage Cultural Sites* menduduki peringkat 39 dari *Cultural Heritage* di antara 139 negara oleh WEF (*World Economic Forum*). (sumber: Ditjen Pemasaran Pariwisata Kemenparekraf, 2013). Maka dari itu, Indonesia dapat menjadi tempat penyelenggaraan pameran dan festival internasional dan industri kreatif kuat. Indonesia mempunyai populasi muslim terbesar di dunia sehingga kondusif bagi wisatawan mancanegara muslim yang ingin datang berwisata. Tentunya dengan meningkatkan jaminan halal dan *sharia compliance*. Alhasil, Indonesia sangat berpotensi untuk meningkatkan kedatangan wisatawan mancanegara muslim dan menjadi destinasi utama pariwisata syariah dunia. Pariwisata syariah adalah dimensi baru yang lebih luas dari Wisata Religi yang mempunyai potensi bisnis yang sangat progresif tingkat pertumbuhannya dan prospektif. Tabel 1.1 merupakan potensi domestik pariwisata syariah pada tahun 2013:

Tabel 1.1 Potensi Domestik Pariwisata Syariah di Indonesia Tahun 2013

Wisatawan Nusantara	Perjalanan	Pengeluaran Total	
Wisatawan nusantara 2013	248 juta	USD \$15,6 miliar	Rp 176,4 triliun
Growth Rate	1,1 %	3,3 %	
Wisnus Muslim 2013	218 juta	USD \$13,7 miliar	Rp 155,2 triliun

Sumber: Analisa Sofyan Hospitality, 2013

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat terlihat indikasi kuat bahwa wisatawan nusantara pada tahun 2013 sudah sebesar 248 juta perjalanan dengan total perputaran ekonomi sebanyak Rp. 176,4 triliun dengan populasi 88% muslim, dan

wisatawan nusantara muslim untuk tahun 2013 adalah sebesar 218 juta dengan pengeluaran belanja wisata sebesar 155,2 triliun. Banyaknya jumlah wisatawan nusantara muslim di dalam negeri diakibatkan selain dari populasi 88% muslim juga diakibatkan oleh berhasilnya usaha mendorong wisatawan untuk melakukan perjalanan di dalam negeri. Peningkatan wisatawan nusantara muslim juga berpengaruh pada meningkatnya jumlah hunian hotel, penginapan dan meningkatnya jumlah kunjungan restoran dan rumah makan. Wisatawan nusantara muslim mulai banyak menuntut jaminan kehalalan dan suasana yang Islami pada tempat-tempat yang dikunjungi dalam perjalanannya.

Karakteristik produk dan jasa Pariwisata Syariah lebih kepada “*Ethical Tourism*” atau “*Responsible Tourism*”, sehingga dapat digunakan oleh segmen selain muslim. Dengan menerapkan ketentuan Syariah dalam bisnisnya, pelaku bisnis mendapat posisi yang “*nothing to loose*” tetapi “*a lot to gain*”, dengan memperluas segmentasi pasar, sehingga penerapan prinsip-prinsip Syariah dapat memperluas pasar tanpa mengganggu pasar yang sudah ada, dan tidak membutuhkan biaya dan investasi yang relatif besar.

Data LPPOM MUI pada tahun 2010 menunjukkan jumlah produk yang didaftarkan sebanyak 21.837 meningkat lebih dari 2 kali lipat dibanding tahun 2009 yang hanya 10.550. Begitu pula Indeks kepedulian Masyarakat terhadap Produk Halal meningkat menjadi 92,2% pada tahun 2010, dari hanya 70% pada tahun 2009. Pengembangan produk Syariah saat ini sudah ada dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Permenparekraf) Nomor 2 Tahun 2014 Tentang Pedoman Usaha Hotel Syariah.

Meningkatnya jumlah wisatawan Mancanegara muslim yang masuk ke Indonesia memperbesar potensi pengembangan Produk Syariah di Indonesia, dilihat dari. Tabel 1.2 menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara melalui 19 pintu masuk menuju Indonesia pada tahun 2012.

Tabel 1.2 Jumlah Wisatawan Mancanegara Muslim Ke Indonesia Tahun 2012

No	Negara	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Muslim Ke Indonesia
1	Singapura	1,271,443	189,445
2	Malaysia	1,133,430	684,592
3	Jepang	445,006	445
4	Korea Selatan	303,856	304
5	Taiwan	180,642	-
6	China	618,223	9,891
7	India	177,194	23,744
8	Filipina	113,635	5,796
9	Hong Kong	75,302	-
10	Thailand	89,142	5,170
11	Australia	909,176	15,456
12	Amerika Serikat	207,010	1,656
13	Inggris	203,625	5,498
14	Belanda	147,704	8,419
15	Jerman	152,401	6,096
16	Perancis	178,888	10,734
17	Russia	94,330	11,037
18	Saudi Arabia	86,645	84,046
19	Mesir	4,789	4,530
20	Uni Emirat Arab	5,931	4,519
21	Bahrain	905	735
22	Lainnya	1,645,125	361,928
	Total	8,044,462	1,434,039

Sumber: Ditjen Pemasaran Pariwisata, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2012

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa:

- Jumlah wisatawan mancanegara Muslim ke Indonesia sebesar 1,434,039
- Presentasi jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia sebesar 18,24%
- Ternyata jumlah wisatawan mancanegara muslim bukan hanya datang dari wilayah timur tengah saja, hal ini berarti potensi cukup besar.

Dengan meningkatnya jumlah '*sharia conscious consumers*' di Indonesia, pemerintah saat ini telah mengembangkan wisata syariah, mengatur fasilitas dan

penyebaran informasi mengenai seluk beluk wisata syariah. Di satu sisi masyarakat diharapkan semakin lebih memahami wisata syariah, di sisi lain apa yang telah dilakukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencakup upaya pemasaran wisata syariah dengan Indonesia sebagai destinasi. Hebatnya, wisata syariah ini kini juga disasar oleh pemasar pariwisata dari berbagai negeri termasuk Jepang, Korea dan Cina dan lain-lain. Menurut *PEW Research Center* populasi muslim dunia sejumlah 1,57 miliar mewakili 23 persen populasi dunia, 1 dari 3 pertambahan penduduk dunia dari tahun 1990-2030 adalah muslim, yang akan mencapai jumlah 2,2 miliar @26% populasi dunia dari tahun 2030, lebih dari 50 % populasi muslim dibawah 25 tahun dan mewakili 11% populasi dunia, sampai akhir 2010, pasar halal global diperkirakan mencapai US \$2,3 triliun dengan perkiraan total pasar bisnis US \$3-4, Negara-negara Organisasi Kerjasama Islam secara kolektif mengendalikan sekitar 60% dari sumber daya alam dunia dan 40% cadangan uranium dunia. Hal ini menunjukkan bahwa adanya potensi global industri dan perdagangan syariah. (sumber: Direktorat Jenderal Pemasaran Pariwisata, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2013).

Pariwisata Syariah sudah lama berkembang di Indonesia. Hal ini dapat ditelusuri sejak berjalannya paket Wisata Religi dalam bentuk antara lain: Wisata Ziarah lalu Wisata Spiritual. Ekonomi Syariah berkembang dan bervolusi mulai dari industri produk dan makanan halal, kemudian berkembang ke industri keuangan, sekarang merambah ke industri *Life Style*.

Uraian tentang wisata syariah kemudian diperdalam dan diperluas, bekerja sama dengan berbagai kalangan ahli yang kompeten. Di Indonesia bahkan hotel dan restoran telah berhimpun dalam satu Asosiasi Hotel dan Restoran Syariah Indonesia (AHSIN). Ketua umum dari AHSIN adalah Riyanto Sofyan yang merupakan pendiri PT.Sofyan Tbk yang telah mentransformasi semua hotel PT.Sofyan Tbk menjadi syariah.

Kelompok Sofyan Hotels itu sendiri merupakan lembaga bisnis Syari'ah yang mendapat Sertifikat Bisnis Syari'ah dari Dewan Syari'ah Nasional MUI No. 001/07/B/DSN/MUI/2003, tertanggal 26 Juli 2003. Seluruh kegiatan operasionalnya terikat dengan ketentuan-ketentuan Syari'ah Islam. Tahun 2008

Sofyan Hotels mendapatkan sertifikasi ISO 9001 : 2008 untuk Hotel Syariah dengan *Certificate No.QSC 00998*. Sofyan Hotels merupakan salah satu pembentuk “Asosiasi Hotel Syariah Indonesia” (AHSIN).

Kesesuaian ketentuan Islam dalam Hotel Syariah dimaksudkan untuk memberikan kenyamanan bagi tamu khususnya Muslim. Makanan dan minuman yang sehat dan halal yang sesuai syariat Islam. Dalam lingkungan ekonomi saat ini, keberhasilan dalam industri perhotelan tidak hanya datang dari melakukan pekerjaan dengan baik, tetapi juga sukses berasal dari manajemen yang luar biasa dan keahlian pemasaran. Anak perusahaan PT.Sofyan Hotel Management and Consultant adalah perusahaan manajemen hotel layanan yang menawarkan pengalaman profesional, target pemasaran dan industri “*know how*” untuk mengarahkan hotel mencapai laba yang optimal di masa depan. Hotel ini menggabungkan penilaian berpengalaman, berkonsentrasi pada pelaksanaan yang tepat dari strategi yang telah terbukti sukses dari tahun ke tahun. PT.Sofyan Tbk menjelajah ke hotel dan kemudian diakui oleh komunitas bisnis, pemerintah pusat dan daerah termasuk DKI Jakarta, sebagai perusahaan nasional. Sofyan Hotel dalam pengoperasiannya dikenal menguntungkan bisnis kelas menengah dan hotel di Indonesia.

Pelopor hotel syariah ada di DKI Jakarta yaitu Sofyan Hotel Betawi. Sofyan Hotel Betawi ini berada di lokasi strategis pusat kota dan pusat bisnis di DKI Jakarta, sehingga Sofyan Hotel Betawi dapat bersaing dengan beberapa hotel konvensional lainnya di Jakarta. Tabel 1.3 merupakan perbandingan Sofyan Hotel Betawi dengan hotel konvensional di sekitarnya pada tahun 2013.

**Tabel 1.3 Pembandingan Sofyan Hotel Betawi Dengan Hotel Konvensional
Di Sekitar DKI Jakarta
Tahun 2013**

Pembandingan	Kamar		
	Kamar Tersedia	Kamar Terjual	Tingkat Hunian %
Betawi Sofyan	30.648	24.492	79,91
Tebet Sofyan	36.144	24.600	68,06
Griya Bintang	33.480	20.424	61,00
Treva	61.200	32.316	52,80
Paragon	28.080	19.152	68,21
Marcopolo	68.400	39.780	58,16
Ibis Thamrin	45.360	43.272	95,40
Cemara	37.440	33.864	90,45
Blue Sky	30.960	28.512	92,09
Total	371.712	266.412	74,01

Sumber: Management Sofyan Hotel Betawi, 2013

Berdasarkan Tabel 1.4 dapat kita lihat bahwa Sofyan Hotel Betawi dapat bersaing dengan hotel konvensional. Namun, Sofyan Hotel Betawi belum menjadi hotel unggulan. Keberadaan Hotel Syariah di Indonesia tidaklah sebanyak Hotel Konvensional lainnya. Banyak pertimbangan pendiri hotel untuk mendirikan hotel syariah, antara lain keinginan konsumen pada umumnya yang menuntut keinginannya terpenuhi, tidak membatasi keinginannya seperti produk syariah yang memberlakukan sistem syariah (sesuai ketentuan Islam).

Melihat latar belakang, penulis terdorong untuk meneliti pengaruh produk Hotel Syariah terhadap keputusan tamu menginap di Sofyan Hotel Betawi dengan judul : **“Pengaruh Produk Hotel Syariah Terhadap Keputusan Tamu Menginap di Sofyan Hotel Betawi DKI Jakarta”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tentang latar belakang penelitian maka dapat dikemukakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana produk Hotel Syariah di Sofyan Hotel Betawi ?
2. Bagaimana keputusan tamu menginap di Sofyan Hotel Betawi ?
3. Bagaimana pengaruh produk Hotel Syariah terhadap keputusan tamu menginap di Sofyan Hotel Betawi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi produk Hotel Syariah di Sofyan Hotel Betawi
2. Menganalisis keputusan tamu menginap di Sofyan Hotel Betawi
3. Menganalisis pengaruh produk Hotel Syariah terhadap keputusan tamu menginap di Sofyan Hotel Betawi

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis, guna memberikan sumbangan bagi bidang kepariwisataan dalam hal produk Hotel Syariah yang mempengaruhi keputusan Tamu Menginap di Sofyan Hotel Betawi.
2. Manfaat Praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat:
 - a. Bagi objek penelitian yaitu Sofyan Hotel Betawi untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam ketetapan produk Hotel apabila dihadapkan pada pengaruh jumlah tamu yang menginap.
 - b. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan perluasan wawasan berfikir sehingga dapat mengaplikasikan konsep dan teori yang telah didapatkan secara objektif dan ilmiah dalam kehidupan praktis.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan ini terdiri atas 7 (tujuh bab). Uraian yang akan disajikan pada setiap bab adalah sebagai berikut:

1. BAB I : Pendahuluan

Berisi mengenai penjabaran latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian dan Sistematika Penulisan

2. BAB II : Tinjauan Pustaka

Berisi teori-teori para ahli yang mendukung penelitian dan kerangka pemikiran penulis

3. BAB III : Metode Penelitian

Penjabaran mengenai metode yang digunakan dan penjelasan seperti : Objek dan metodologi penelitian, operasionalisasi variabel, jenis dan sumber data, populasi, sample dan teknik sampling, dan instrumen penelitian

4. BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penjelasan mengenai hasil penelitian dan pembahasan dari hasil penelitian

5. BAB V : Kesimpulan dan Rekomendasi

Uraian mengenai kesimpulan penelitian dan rekomendasi mengenai pengaruh produk hotel syariah terhadap keputusan tamu menginap di Sofyan Hotel Betawi.

6. Daftar Pustaka

Daftar sumber-sumber yang mendukung dalam penulisan skripsi.

7. Lampiran-Lampiran