

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Penelitian tentang meminimalisir dampak besar pemanasan global dan perubahan iklim yang berdampak signifikan pada berbagai bidang telah banyak menjadi fokus utama (Abbass et al., 2022; Lee et al., 2013; Yoro & Daramola, 2020). *Environmentally responsible behaviour* adalah hal yang sangat penting dalam memberikan pendidikan tentang bagaimana melindungi lingkungan alam (Begum et al., 2021; Fettahlioğlu & Aydoğdu, 2020; T. H. Lee & Jan, 2015; Su & Swanson, 2017). Upaya ini bertujuan untuk mengurangi dampak negatif terhadap alam dan lingkungan, yang pada gilirannya dapat membantu menjaga keberlanjutan lingkungan bagi generasi mendatang (Kopnina, 2020; Lee et al., 2013; Van Zanten & van Tulder, 2021). Penelitian sebelumnya mengindikasikan adanya perbedaan mengenai fokus utama *environmentally responsible behaviour*, yang terbagi atas fokus pada evaluasi dampak, fokus pada pengurangan dampak, dan fokus pada peningkatan perilaku yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Hal ini mencerminkan adanya keragaman dalam pendekatan untuk mencapai tujuan yang sama dalam menjaga keberlanjutan lingkungan bagi generasi mendatang.

Penelitian Dawson et al. (2010), Dwyer et al. (2010), Feng et al. (2020), dan Zhang et al. (2020) fokus pada mengevaluasi dampak dari aktivitas manusia terhadap lingkungan. Ini mungkin mencakup penilaian terhadap sejauh mana kegiatan manusia telah merusak lingkungan alam, menyebabkan perubahan iklim, atau mengurangi keanekaragaman hayati. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mengukur dampak negatif yang disebabkan oleh perilaku manusia. Penelitian Scott et al. (2010), Worachananant et al. (2008), Chi et al. (2020), dan Li et al. (2021) berfokus pada upaya untuk mengurangi dampak negatif yang dihasilkan dari aktivitas manusia.

Hal ini termasuk pengembangan strategi atau kebijakan yang bertujuan untuk mengurangi emisi gas rumah kaca, mengelola limbah dengan lebih baik, atau

meminimalkan kerusakan terhadap lingkungan alam. Penelitian Miller et al. (2010), Luo et al. (2020), dan Stapleton et al. (2022) mencoba untuk memahami dan mendorong peningkatan perilaku yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Ini bisa mencakup upaya untuk meningkatkan kesadaran lingkungan, merangsang komitmen individu terhadap pelestarian lingkungan, atau merancang intervensi untuk mendorong tindakan-tindakan yang mendukung lingkungan.

Perbedaan konsep *environmentally responsible behaviour* mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. *Environmentally responsible behaviour* pada era tahun 1990-an telah didefinisikan sebagai tindakan, individu atau kelompok, yang diarahkan pada perbaikan masalah-masalah lingkungan (Sivek & Hungerford, 1990). Axelrod & Lehman (1993) mengatakan bahwa *environmentally responsible behaviour* bukan saja tentang tindakan untuk memperbaiki masalah lingkungan, tapi juga tindakan yang dilakukan harus mendukung pelestarian atau konservasi lingkungan. Berbeda halnya dengan konsep yang dikembangkan oleh Cottrell & Graefe (1997) yang beranggapan bahwa *Environmentally responsible behaviour* tercermin dalam tiga aspek utama, yaitu kepedulian lingkungan, komitmen, dan pengetahuan ekologis individu.

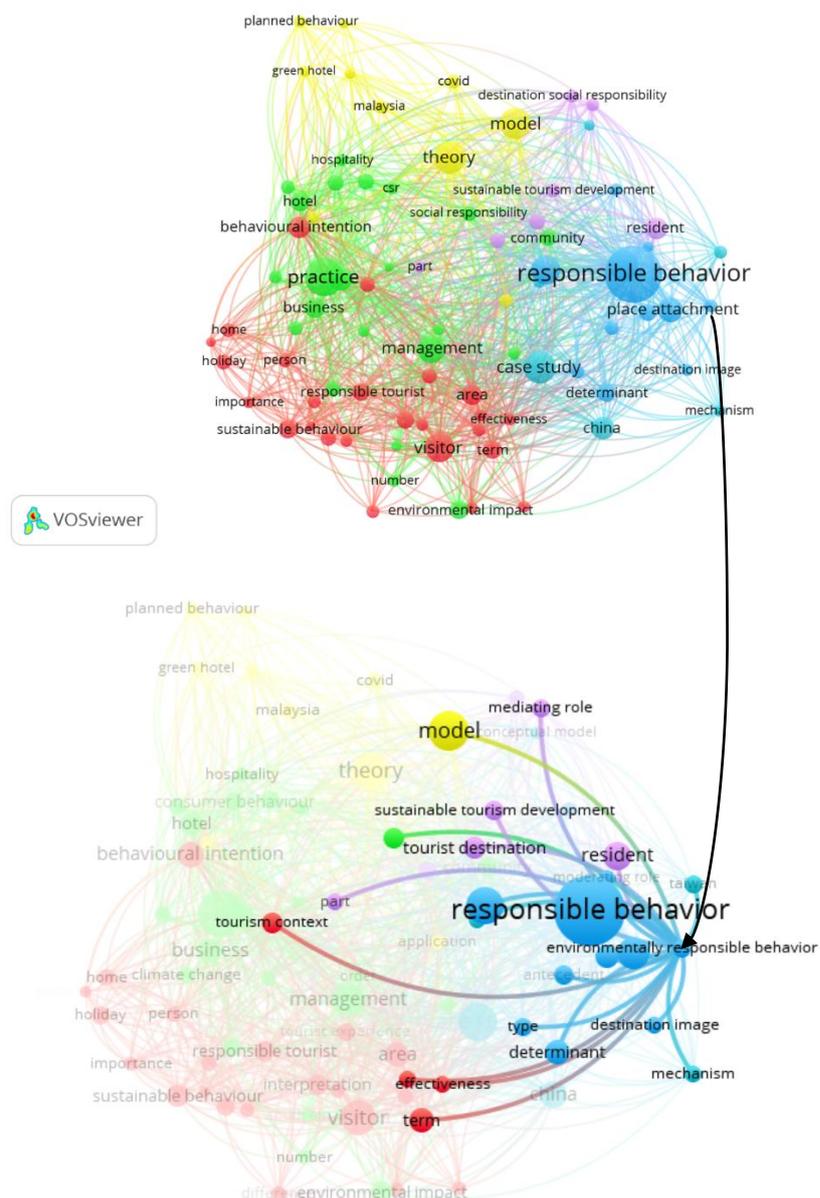
Kaiser (1998) memperkenalkan konsep *ecological behaviour* yang diadaptasi dari konsep *environmentally responsible behaviour* dari Axelrod & Lehman (1993). Konsep *environmentally responsible behaviour* terus berkembang pada era 2000-an, Stren (2000) mengembangkan konsep *environmentally significant behaviour* yang menjelaskan bahwa sejauh mana perilaku mengubah ketersediaan material/ energi dari lingkungan, mengubah struktur, dan dinamika ekosistem/ biofera. Dilanjutkan oleh Meijers & Stapel (2011) yang kembali mengembangkan konsep *environmentally responsible behaviour* menjadi *sustainable behaviour* yang mendeskripsikan bahwa individu yang mempertimbangkan konsekuensi masa depan dari tindakannya cenderung berperilaku berkelanjutan dan membuat pilihan berkelanjutan dengan memperhatikan dampak kepada lingkungan. Perkembangan konsep *environmentally responsible behaviour* yang fokus pada tindakan perbaikan masalah lingkungan hingga saat ini memiliki pengukuran yang berbeda-beda dalam mencapai keberhasilannya.

Dilihat dari indikator pengukurannya, terdapat perbedaan penelitian terdahulu dalam mengukur *environmentally responsible behaviour*, salah satunya dengan pendekatan *uni-dimensional* (Alessa et al., 2003; Becken, 2007; Chao & Lam, 2011; Kim & Han, 2010; Pan et al., 2022; Park & Boo, 2010; Savari et al., 2022). Pendekatan *multi-dimensional* juga digunakan oleh beberapa penelitian terdahulu seperti diantaranya Smith-Sebasto & D'Costa (1995) yang menggunakan *civil action, educational action, financial action, legal action, physical action, and persuasion action*. Iwata (2001) yang mengembangkan pengukuran *environmentally responsible behaviour* berdasarkan *waste recycling and energy management*.

Stren (2000) menyampaikan bahwa *environmentally responsible behaviour* dapat diukur dengan *environmentally activism, nonactivist behaviours in public sphere, dan private-sphere environmentalism*. Thapa (2010) menggunakan *political action, recycling, education, green consumption, dan community activism* sebagai pengukuran *environmentally responsible behaviour*. Berbeda dengan Li et al. (2023) dalam mengukur *environmentally responsible behaviour* dengan menggunakan *regular behaviour* dan *particular behaviour* yang diadaptasi dari (Smith-Sebasto & D'Costa, 1995; Vaske & Kobrin, 2001). Fenomena yang diuraikan menunjukkan adanya pengukuran dan definisi yang beragam serta terus berkembang dari waktu ke waktu.

Teori mengenai *environmentally responsible behaviour* memiliki ketidakselarasan dalam definisi yang dikembangkan dari tahun ke tahun, variasi dalam pengukuran yang menggunakan pendekatan berbeda, dan identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku belum secara komprehensif bisa digunakan dalam segala penelitian mengingat adanya perbedaan fokus utama dalam pembahasan *environmentally responsible behaviour*. Hal ini mengindikasikan adanya keberagaman dalam kesenjangan teori. Kesenjangan ini memberikan peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang *environmentally responsible behaviour* dalam konteks penelitian, khususnya dalam industri pariwisata.

Penelitian *environmentally responsible behaviour* dalam bidang pariwisata masih menjadi hal yang belum banyak diteliti dalam kurung waktu 1 dekade terakhir. Hal ini dapat ditunjukkan dengan menggunakan *VOS Viewer* dalam mengetahui bagaimana tren penelitian dengan topik *environmentally responsible behaviour* pada 967 artikel terindeks *google scholar* dalam rentang tahun 2013-2023 yang dapat dilihat pada Gambar 1.1.



**Gambar 1.1** *Environmentally Responsible Behaviour Network Visualization*

(Sumber: (Hasil Olah Data, 2024))

Hasil analisis *VOS Viewer* mengenai penelitian tentang *environmentally responsible behaviour* dalam industri pariwisata mengungkapkan beberapa kesimpulan penting. Pertama, terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan dalam topik ini, ditandai dengan jarak yang jauh antara penelitian-penelitian yang ada. Kesenjangan ini mencakup aspek-aspek seperti kurangnya teori dan model yang dikembangkan secara memadai. Selain itu, penelitian yang telah ada masih jarang diimplementasikan dalam industri pariwisata, menunjukkan bahwa ada peluang besar untuk menerapkan temuan penelitian dalam praktik industri untuk mendorong perilaku yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan. Selain itu, penelitian-penelitian tersebut terbagi dalam kluster yang berbeda, mungkin menandakan keberagaman dan inkonsistensi dalam pendekatan penelitian di berbagai wilayah atau sub-disiplin pariwisata. Gambar 1.1 membuka peluang besar untuk penelitian lebih lanjut yang fokus pada pengembangan teori dan model yang lebih relevan dan praktis serta penerapan hasil penelitian dalam praktik berkelanjutan dalam industri pariwisata.

Industri pariwisata telah dikenal memiliki dampak serius pada lingkungan alam (Belias et al., 2022; Kim et al., 2021; Ruhanen et al., 2015). Salah satu dampak utama yang diperhatikan adalah berkaitan dengan emisi gas rumah kaca yang dihasilkan dari berbagai aspek industri pariwisata, termasuk transportasi, akomodasi, dan berbagai aktivitas rekreasi yang dilakukan oleh para wisatawan (Dube & Nhamo, 2021; Dwyer et al., 2010; Gössling & Schumacher, 2010; Irfan et al., 2023; Mishra et al., 2022; Russo et al., 2020; Sun, 2016; Wang et al., 2017). Meskipun masalah emisi gas rumah kaca menjadi sorotan utama, kompleksitas dampak pariwisata terhadap lingkungan jauh lebih dalam. Perilaku wisatawan yang baik disengaja maupun tidak disengaja, telah menyebabkan kerusakan lingkungan yang signifikan di banyak destinasi pariwisata seluruh dunia (Fenitra et al., 2022; Han et al., 2016; Lucrezi et al., 2021).

Kerusakan yang dapat ditimbulkan dari padatnya pengunjung yang melakukan aktivitas wisata di berbagai destinasi dapat berupa kerusakan terumbu karang (Abidin & Mohamed, 2014; De et al., 2020; Lin et al., 2023; Roche et al., 2016; Shokri & Mohammadi, 2021), kerusakan hutan (J. Ren et al., 2021;

Sushchenko et al., 2018; Torabi et al., 2022), dan penurunan populasi satwa liar (Buckley & Chauvenet, 2022; Cheung et al., 2017; Moorhouse et al., 2017).

Selain itu, masalah polusi juga menjadi keprihatinan serius dalam konteks pariwisata, terutama yang berkaitan dengan polusi udara (Han et al., 2017; Churchill et al., 2022; Zeng et al., 2021), limbah (Han et al., 2018; Kerber & Kramm, 2021; Kim et al., 2020), dan limbah plastik (Dolnicar, 2015; Maione, 2021; Tran et al., 2020). Solusi dari permasalahan-permasalahan tersebut membutuhkan suatu tindakan untuk mengurangi dampak negatif pariwisata pada lingkungan, serta mendidik para wisatawan tentang perilaku yang bertanggung jawab terhadap lingkungan (*tourist environmentally responsible behaviour*) menjadi suatu keharusan yang tak terelakkan (Lee et al., 2013; Ruhanen & Bowles, 2020; Xu & Hu, 2021). Dampak negatif pariwisata juga dirasakan di Indonesia.

Beberapa penelitian di Indonesia melihat pentingnya *tourist environmentally responsible behaviour* dalam meredam dampak negatif pariwisata (Alvianna et al., 2022; Wismantoro et al., 2023). Penelitian yang dilakukan juga berusaha menunjukkan cara mengatasi permasalahan lingkungan di Indonesia seperti kerusakan hutan (Makhfirah et al., 2021; Rijal et al., 2020; Sardono et al., 2021; Suhartini & Arifyanti, 2019), limbah (Andini & Arida, 2019; Ningrum & Rohman, 2020; Vitasurya et al., 2014), dan limbah plastik (Hamsal & Abdinagoro, 2021; Resda et al., 2022; Sutrisnawati & Purwahita, 2018). Edukasi mengenai peduli lingkungan dalam konteks wisata sudah mulai dilakukan di Indonesia (Abbas et al., 2022; Hendriyati, 2020; Masjhoer et al., 2017; J. S. Putra et al., 2023; E. Putri et al., 2023; Siregar, 2020; Suryaningsih, 2018). Jika dilihat dari fenomena yang disampaikan sebelumnya, konteks pariwisata yang dimaksud merujuk pada praktik ekowisata. Ekowisata merupakan bentuk pariwisata yang berkelanjutan dan tidak merusak lingkungan alam, dengan fokus utama pada pemahaman langsung tentang kelestarian alam berdasarkan pengelolaan secara etis untuk menjaga dampak minimal, tidak bersifat konsumtif, dan berorientasi pada skala lokal (Fennell, 2020). Semakin banyaknya pengunjung yang datang ke lokasi wisata maka semakin besar pula potensi dampak negatif pariwisata yang ditimbulkan (Koç et al., 2022; Lindberg et al., 2022; Postma & Schmuecker, 2017).

Menurut laporan *World Tourism Organization* jumlah wisatawan yang mengunjungi berbagai destinasi di seluruh dunia terus meningkat dari tahun ke tahun, hingga mencapai total 969 juta wisatawan pada tahun 2022. Jumlah wisatawan ini meningkat sebanyak 115,5% dari tahun 2021 yang jumlah wisatawannya hanya mampu mencapai angka 406 juta wisatawan (UNWTO, 2023). *World Tourism Organization* juga menyampaikan bahwa akibat pembatasan perjalanan dan keinginan untuk pengalaman yang lebih aman di tengah pandemi COVID-19, perjalanan wisata ke alam, pariwisata pedesaan, dan liburan dengan mobil pribadi telah menjadi pilihan utama (UNWTO, 2023). Hal ini dipicu oleh pembatasan perjalanan internasional, karantina yang diperlukan, dan kekhawatiran tentang kerumunan di destinasi pariwisata populer. Para wisatawan sekarang cenderung mencari destinasi yang lebih terpencil, berada di tengah alam, serta memilih perjalanan dengan mobil pribadi sebagai alternatif yang lebih aman untuk menikmati pengalaman perjalanan yang lebih terbuka dan terjaga kesehatannya. Tren kenaikan angka wisatawan luar negeri juga terjadi di Indonesia.

Data dari Badan Pusat Statistik (2022) yang menunjukkan bahwa pada bulan Desember 2022, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai 895,12 ribu kunjungan, mengalami peningkatan sebesar 447,08% jika dibandingkan dengan kondisi pada Desember 2021. Lebih lanjut, terjadi peningkatan sebesar 36,19% jika dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada bulan sebelumnya. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2025) juga melaporkan bahwa wisatawan domestik di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 1.021.084.031 kunjungan wisatawan, menunjukkan peningkatan sebesar 23,65% dibandingkan dengan tahun 2023, di mana terdapat sekitar 825.797.301 kunjungan wisatawan. Apabila dibandingkan dari segi asal wilayah, 3 provinsi dengan kunjungan wisatawan domestik tertinggi pada tahun 2024 seluruhnya berasal dari Pulau Jawa. Wisatawan Provinsi Jawa Timur mencapai 204,88 juta kunjungan. Diikuti oleh wisatawan dari Provinsi Jawa Barat dengan 180,59 kunjungan wisatawan domestik, dan wisatawan Provinsi Jawa Tengah dengan 131,80 kunjungan wisatawan domestik.

Menurut Badan Pusat Statistik yang dilansir oleh *GoodStats* Per Juli 2024 terdapat 3 provinsi yang menjadi destinasi wisata favorit dari wisatawan domestik.

Rivaldi Arissaputra, 2025

**MODEL PEMBENTUKAN TOURIST ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE BEHAVIOUR DALAM KONTEKS PARIWISATA HALAL**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Provinsi Jawa Timur berada pada peringkat pertama dengan jumlah kunjungan sebanyak 135.679.084 jumlah perjalanan, kemudian disusul Provinsi Jawa Barat diposisi kedua dengan 95.095.124 jumlah perjalanan dan Provinsi Jawa Tengah dengan 89.555.884 jumlah perjalanan diposisi ketiga (Rafli, 2024).

Provinsi Jawa Barat menempati posisi kedua tentu saja dikarenakan daya tarik pariwisatanya yang sangat kuat, Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Barat mengkonfirmasi bahwa terdapat 9 Kawasan Wisata Unggulan di Jawa Barat yang dilansir pada situs <https://arctgis.jabarprov.go.id/> oleh Diskominfo Jabar (2023) antara lain (1) Kawasan Wisata Industri dan Bisnis Bekasi-Karawang; (2) Kawasan Wisata Agro Purwakarta-Subang; (3) Kawasan Wisata Budaya Pesisir Cirebon; (4) Kawasan Wisata Alam Pegunungan Puncak; (5) Kawasan Wisata Perkotaan dan Pendidikan Bandung; (6) Kawasan Wisata Kriya dan Budaya Priangan; (7) Kawasan Ekowisata Pelabuhan Ratu; (8) Kawasan Wisata Minat Khusus Jabar Selatan; dan (9) Kawasan Wisata Rekreasi Pantai Pangandaran.

Di Indonesia, Provinsi Jawa Barat memiliki posisi strategis dalam pengembangan pariwisata halal dan tercatat sebagai salah satu pionir di tingkat nasional. Pada tahun 2019, Jawa Barat berhasil masuk dalam 10 besar dengan menempati peringkat keenam destinasi wisata halal unggulan nasional berdasarkan penilaian Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) dan meraih penghargaan dari Kementerian Pariwisata RI sebagai Destinasi Wisata Halal Unggulan, yang mencerminkan keberhasilan implementasi standar global meliputi aksesibilitas, komunikasi, lingkungan, dan layanan halal (Bappeda, 2019). Keberhasilan ini diperkuat dengan diterbitkannya Pedoman Pariwisata Halal Jawa Barat yang disusun secara inklusif dan diimplementasikan secara bertahap mulai dari fase ramah Muslim, kondusif, hingga memenuhi kaidah syariah penuh (Taufik et al., 2019). Melalui skema Jabar Juara Pariwisata Halal yang meliputi lima wilayah utama Bogor, Sukabumi, Karawang, Bandung Raya, dan Ciayumajakuning pemerintah provinsi mengintegrasikan nilai religius, pelayanan publik yang inklusif, serta prinsip keberlanjutan melalui kolaborasi *pentahelix* yang melibatkan pemerintah, pelaku industri, akademisi, komunitas, dan media.

Dalam pengembangannya, Pemerintah Jawa Barat tidak hanya menitikberatkan pada pemenuhan simbol dan layanan halal, tetapi juga memadukan prinsip ekowisata sebagai strategi pelengkap untuk memperkaya produk wisata halal yang berkelanjutan secara ekologi dan bermanfaat bagi masyarakat lokal. Penerapan empat kriteria utama Global Muslim Travel Index (GMTI) *Access, Communication, Environment, dan Services* pada destinasi alam menjadikannya ekowisata halal yang mampu memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim sekaligus menunjukkan komitmen pada konservasi alam dan pemberdayaan masyarakat. Implementasi nyata terlihat pada pengembangan destinasi Situwangi dan penataan kawasan Gunung Halimun Salak melalui kegiatan konservasi dan edukasi lingkungan yang terdampak dampak negatif pariwisata akibat meningkatnya jumlah wisatawan (Bappeda, 2019). Komitmen tersebut dipertegas dengan pencantuman ekowisata dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Jawa Barat 2022–2042, yang menetapkan kawasan strategis seperti Puncak, Geopark Ciletuh Palabuhanratu, Gunung Halimun Salak, serta kawasan ekowisata pesisir dan pegunungan. Langkah ini menegaskan orientasi Jawa Barat terhadap pariwisata halal yang hijau, lestari, dan bernilai ganda, tidak hanya bagi peningkatan daya tarik wisata tetapi juga bagi keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan komunitas lokal.

Peningkatan jumlah pengunjung dapat menjadi ancaman akan dampak negatif pariwisata terhadap lingkungan ekowisata. Beberapa kasus terjadi kerusakan di destinasi ekowisata di Indonesia seperti yang dilansir oleh Pusat Keteknikan Kehutanan dan Lingkungan bahwa Balai Taman Nasional Gunung Rinjani menghasilkan total sampah sebanyak 5.425,61-kilogram dari kegiatan pariwisata alamnya pada tahun 2021 (Johaerudin, 2022). Portal berita *detikTravel* juga melansir dalam operasi bersih rutin di Gunung Gede Pangrango, relawan dan petugas gabungan berhasil mengumpulkan sekitar 400-kilogram sampah, dengan mayoritas sampah yang terdiri dari limbah plastik yang disebabkan kegiatan aktivitas wisata pendakian (Ikbal, 2022).

Secara khusus fenomena kerusakan akibat jumlah kunjungan yang tinggi juga terjadi di destinasi ekowisata Jawa Barat. Di Kebun Edelweiss Ranca Upas,

kegiatan *off-road* dan motor trail dan banyaknya pengunjung merusak tumbuhan endemik dan lapisan tanah, sehingga diperlukan penutupan sementara dan penanaman kembali vegetasi untuk pemulihan (Pradana, 2025). Pantai Pangandaran juga menghadapi masalah *overtourism* setiap akhir pekan, di mana jumlah pengunjung melampaui kapasitas daya dukung kawasan. Kondisi ini mengakibatkan kepadatan lalu lintas, penumpukan sampah di area pantai, serta degradasi fasilitas publik (Wahyuni et al., 2022). Destinasi alam di Garut sering kali dipadati wisatawan saat akhir pekan dan musim liburan, mengakibatkan kemacetan parah di jalur menuju lokasi, penurunan kualitas udara, serta peningkatan volume sampah. Tekanan ekologis ini dikhawatirkan akan mempercepat kerusakan ekosistem jika tidak dikelola dengan pembatasan kunjungan (Pardon, 2025). Popularitas kampung wisata, Kampung Pelangi/Katumbiriyang meningkat cepat menarik ribuan pengunjung per minggu yang mempercepat ausnya infrastruktur jalan, merusak jalur pedestrian, dan menurunnya kualitas lingkungan akibat penumpukan sampah serta berkurangnya ruang terbuka hijau (Prasetyo, 2025)

Wakil Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Alue Dohong menyatakan bahwa tumpukan sampah masih menjadi masalah utama dan musuh dalam dunia pariwisata sebab, menjadi faktor perusak *scenic beauty* yang ditampilkan oleh suatu destinasi wisata (Andriansyah, 2022). Selain permasalahan sampah dan limbah, destinasi wisata Indonesia kerap menjadi penyumbang emisi karbon terbesar di Indonesia. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Indonesia, Sandiaga Salahuddin Uno menegaskan permasalahan ini dan mengatakan bahwa sektor pariwisata dan industri kreatif mempunyai jejak karbon yang besar (Arthur, 2022). Dampak negatif pariwisata di berbagai lokasi ekowisata Indonesia seharusnya dapat diminimalisir, karena sejatinya ekowisata bertujuan untuk menjaga lingkungan alam yang indah sambil memberikan pengalaman bermakna bagi para wisatawan (Fennell, 2020).

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Indonesia, Sandiaga Salahuddin Uno menyebut bahwa “ekowisata memiliki peran penting dalam peningkatan kualitas kepariwisataan terutama di era modern” (Kemenparekraf, 2023). Menurut Endang Karlina selaku peneliti ekowisata dari

Puslitbang Konservasi dan Rehabilitasi Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan dan Profesor Bismark selaku peneliti senior konservasi, berpendapat bahwa jumlah pengunjung ekowisata masih dikuasai wisatawan asing karena kurang minatnya wisatawan domestik untuk menjajaki destinasi ekowisata (Priherdityo, 2015). Hal ini diperkuat oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Sandiaga Salahuddin Uno yang menyatakan bahwa “sekitar 90% wisatawan yang datang ke Bali tertarik dengan *ecotourism*” (Puspita, 2022).

Krystyna Krassowska, selaku pegiat ekowisata dalam forum '*Ecotourism: The Good, The Bad, and The Future*' di Erasmus Huis, Jakarta, 19 Maret 2019 mengatakan bahwa “kesalahan para pelaku wisata dalam menggarap ekowisata adalah menganggapnya sebagai sebuah proyek bukan bisnis” (CNN Indonesia, 2019). Pernyataan para pakar tentunya membentuk *positioning* yang penting bagi ekowisata di Indonesia, termasuk dalam memenuhi kebutuhan wisatawan, mengingat Indonesia berada pada peringkat ke 9 dunia untuk penilaian ekowisata berdasarkan kriteria Forbes Advisor 2023 (Cyrus, 2023). Fenomena-fenomena yang telah disampaikan menunjukkan bahwa adanya kesenjangan fenomena bisnis tentang kurangnya *tourist environmentally responsible behaviour* sehingga dampak negatif pariwisata masih sangat kental dirasakan pada ekowisata di Indonesia, padahal Indonesia mendapatkan peringkat 9 dunia dalam penilaian ekowisata. Meskipun belum maksimal, namun konsep *halal tourism* dapat menekan kerusakan lingkungan pada kegiatan wisata (Rhama, 2022).

Tren meningkatnya *halal tourism*, di mana banyak wisatawan Muslim mencari destinasi yang memenuhi kebutuhan dan preferensi agama mereka bukan hanya terjadi di dunia. Tren ini juga terjadi di Indonesia. Wisatawan muslim cenderung lebih menikmati kunjungan ke negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim di mana mereka dapat merasakan tingkat keramahan yang sama seperti yang mereka dapatkan di negara non-Muslim (Aji et al., 2021; Dabphet, 2021; Eid & El-Gohary, 2015). Adapun destinasi wisata yang dikatakan *halal* adalah destinasi yang mencakup empat aspek utama, yaitu aksesibilitas (kemudahan mencapai destinasi dan konektivitas transportasi), komunikasi (efektivitas pemasaran dan kesadaran pemangku kepentingan), lingkungan (kenyamanan, keamanan, dan kemudahan

ibadah), serta layanan (tersedianya fasilitas ramah muslim seperti restoran halal, tempat ibadah, akomodasi, dan pengalaman wisata yang khas) (Mastercard-Crescentrating, 2023).

Indonesia, sebagai negara yang menempati peringkat pertama destinasi wisata halal terbaik dunia perlu proaktif dalam mempersiapkan diri untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim (Mastercard-Crescentrating, 2023). *Global Muslim Tourism Index (GMTI)* merupakan alat ukur komprehensif yang memberikan gambaran tentang perkembangan sektor *halal tourism* di dunia. Menurut data GMTI 2023 angka kedatangan wisatawan terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sejak pandemi COVID-19 berlalu, hingga mencapai 140 juta wisatawan muslim tahun 2022 (Mastercard-Crescentrating, 2023).

Menurut (Mastercard-Crescentrating, 2023), Tren global yang membentuk pasar perjalanan Muslim mencakup empat aspek utama. Aspek pertama adalah *Sustainable and Eco-friendly Tourism*, yang menjelaskan bahwa para wisatawan semakin mencari destinasi, akomodasi, dan kegiatan yang mengutamakan pelestarian lingkungan, praktik etis, dan kesejahteraan komunitas lokal. Wisatawan Muslim juga mencari opsi ramah lingkungan yang sesuai dengan tradisi kepercayaan mereka tentang tugas menjaga dan merawat lingkungan. Aspek kedua adalah *Health and Wellness Tourism*, yang menjelaskan bahwa para wisatawan memilih destinasi yang menawarkan retreat kesehatan, pengalaman spa, dan peluang untuk terlibat dalam kegiatan di luar ruangan untuk meremajakan tubuh dan pikiran mereka. Wisatawan Muslim juga akan semakin mencari pengalaman kesehatan dan kebugaran yang memenuhi persyaratan agama dan budaya mereka.

Aspek ketiga adalah *Experiential and Authentic Travel*, yang menjelaskan bahwa para wisatawan saat ini lebih tertarik pada pengalaman mendalam yang memungkinkan mereka terhubung dengan budaya lokal, tradisi, dan masyarakat setempat. Saat wisatawan Muslim mencari pengalaman yang lebih otentik, menciptakan penawaran yang unik dan sesuai dengan budaya akan menjadi sangat penting. Aspek keempat adalah *Personal Development Travel*, yang menjelaskan bahwa pekerjaan jarak jauh/ remote yang semakin umum, para wisatawan mencari destinasi yang memungkinkan mereka menjalankan kewajiban profesional sambil

terlibat dalam pengalaman pengembangan pribadi. Destinasi dan bisnis dapat mengembangkan program-program yang khusus disesuaikan dengan wisatawan Muslim, berfokus pada berbagai aspek seperti pertumbuhan spiritual dan pengembangan keterampilan sesuai dengan agama Islam.

Jika dilihat dari perspektif agama Islam, *environmentally responsible behaviour* bagi para wisatawan muslim sangat selaras dengan nilai-nilai yang ada pada Al-Quran, serta konsep *ecotourism* dan *halal tourism*. Muhammad (2022) menegaskan bahwa *environmentally responsible behaviour* telah dibahas dalam fikih lingkungan (*Fiqh Al-Biah*) yang bersumber pada Al-Quran. Surah Al-A'raf ayat 85 menyampaikan pesan tegas tentang pengabdian kepada Allah, menekankan pentingnya menjauhi kesyirikan, dan menuntut agar takaran dan timbangan dijaga dengan cermat. Hal ini dapat diterjemahkan ke dalam konteks wisatawan muslim yang dihimbau untuk menjaga keberlanjutan dan tidak merugikan orang lain selama berwisata. Surah Al-Baqarah ayat 205 memperingatkan terhadap tindakan merusak dan kebinasaan yang tidak disenangi Allah. Hal ini mencerminkan larangan untuk menyebabkan kerusakan pada lingkungan, termasuk tanaman dan binatang, yang sesuai dengan prinsip *tourist environmentally responsible behavior*. Surah Al-A'raf ayat 56 memberikan dorongan untuk menjaga dan berdoa kepada Allah setelah Dia memperbaiki bumi. Hal ini mencerminkan sikap tawakal dan penghargaan terhadap keindahan alam, yang seharusnya diaplikasikan oleh wisatawan muslim dengan berdoa dan berkontribusi positif dalam menjaga lingkungan yang telah diberikan Allah.

Surah Al-Qhasas ayat 77 menerangkan pesan untuk mencari kebahagiaan di negeri akhirat, tidak melupakan kebahagiaan duniawi, dan berbuat baik kepada sesama, memandu wisatawan muslim untuk menjalani perjalanan mereka dengan sikap rendah hati, berkontribusi pada keberlanjutan, dan memberikan manfaat kepada masyarakat setempat. Surah Hud ayat 61 mengingatkan *Tsamud* untuk bersyukur kepada Allah yang menciptakan mereka dari tanah dan memohon ampunan-Nya. Ini memberikan landasan spiritual bagi wisatawan muslim untuk memandang perjalanan mereka sebagai kesempatan untuk bersyukur, memohon ampunan, dan merenungkan keindahan ciptaan Allah. Melalui penerapan nilai-nilai yang terkandung dalam ayat-ayat Al-Quran, wisatawan muslim dapat menjadi agen

perubahan positif dalam pariwisata dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip lingkungan dan keberlanjutan dalam setiap langkah perjalanan mereka.

Para wisatawan muslim tentu saja memahami bahwa *environmentally responsible behaviour* menjadi hal yang sangat penting yang harus mereka miliki, karena bukan saja sekedar memenuhi tanggung jawab dari aktivitas wisata namun juga sebagai pedoman dalam kegiatan berwisata sebagai seorang khalifah yang selalu menjaga dan tidak merusak lingkungan sesuai dengan petunjuk Al-Quran (Anam, 2020; Hossini et al., 2023; Nafisah, 2019). Apabila *environmentally responsible behaviour* tidak dimiliki oleh para wisatawan, maka akan mengakibatkan meningkatnya dampak masalah lingkungan seperti peningkatan sampah, kerusakan ekosistem alam, pencemaran air, meningkatnya emisi gas rumah kaca yang berpotensi merusak aspek keberlanjutan di lokasi wisata. Perilaku wisatawan yang tidak bertanggung jawab seperti merusak lingkungan dan tidak menghormati komunitas lokal dapat menimbulkan konflik dan ketegangan dengan penduduk setempat. Dampak ini dapat mengurangi daya tarik dan kualitas destinasi pariwisata itu sendiri. Pada akhirnya dapat merugikan industri pariwisata dan komunitas lokal yang bergantung pada destinasi tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka penting untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *tourist environmentally responsible behaviour*.

Pembentukan *tourist environmentally responsible behaviour* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, *destination image*, *memorable tourism experience*, *place attachment*, *servicescape*, dan *religiosity*. Beberapa penelitian sebelumnya telah mencoba untuk mengungkap hubungan antara berbagai variabel independen kepada *tourist behaviour*. Hasil penelitian membuktikan bahwa *Destination image* bukan saja hanya berpengaruh positif tetapi juga signifikan terhadap *environmentally responsible behaviour* (Abdullah et al., 2019; Grah et al., 2023; Kulshrestha et al., 2022; Yin et al., 2021). Walaupun memiliki hasil penelitian yang sama, namun metode yang digunakan berbeda. Penelitian Kulshrestha et al. (2022) menggunakan pra survei untuk memvalidasi instrumen pengukuran *tourist environmentally responsible behaviour*, sedangkan Abdullah et al. (2019), Grah et al. (2023), dan Yin et al. (2021) tidak melakukannya. Penelitian Abdullah et al. (2019) dan Grah et al. (2023) menggunakan

pendekatan *multi-dimensional*, sedangkan Kulshrestha et al. (2022) dan Yin et al. (2021) menggunakan pendekatan *uni-dimensional* dalam mengukur *tourist environmentally responsible behaviour*.

Hasil penelitian mengkonfirmasi adanya hubungan *memorable tourism experience* yang berpengaruh positif signifikan terhadap *tourist behaviour* (Kim, 2018; Rasoolimanesh et al., 2021; Sharma & Nayak, 2019). Dalam konteks ekowisata *memorable tourism experience* berpengaruh positif terhadap *environmentally responsible behaviour* (Obradović et al., 2023). Walaupun memiliki hasil yang serupa penelitian terhadap *tourist behaviour* ini menggunakan beragam metode penelitian seperti kuantitatif (Kim, 2018; Obradović et al., 2023; Sharma & Nayak, 2019) dan *mix method* (Rasoolimanesh et al., 2021).

*Place attachment* juga dikonfirmasi sebagai variabel yang dapat mempengaruhi *tourist behaviour*, Zhang et al. (2014) dengan metode *mix method* menemukan bahwa *place attachment* berpengaruh positif terhadap *environmentally responsible behaviour*. Sementara Cheng & Wu (2015), Li et al. (2023), dan Sthapit et al. (2022) dengan menggunakan metode kuantitatif, menghasilkan penelitian yang menegaskan bahwa *place attachment* tidak hanya berpengaruh positif tapi juga signifikan terhadap *environmentally responsible behaviour*.

*Serviscescape* dapat memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *tourist behaviour* (Al Halbusi et al., 2020; D. Huang et al., 2017; T. H. Lee et al., 2019; Leri & Theodoridis, 2019). Meskipun memiliki hasil yang sama, perbedaan dalam model penelitiannya terlihat jelas dalam sektor pariwisata yang dijadikan sebagai objek. Leri & Theodoridis (2019) menggunakan 6 dimensi dalam mengukur *serviscape* (*sense, interior design, signage, facilities, atmosphere, staff*) dalam mempengaruhi *tourist behaviour* dalam konteks *wine tourism*. Huang et al. (2017) dalam penelitiannya mengadopsi pengukuran *servicecape* dengan menggunakan 3 dimensi (*aesthetic appeal, layout and functionality, financial security*) dalam mempengaruhi *tourist behaviour* dalam konteks *hotel tourism*. Lee et al. (2019) juga menggunakan 3 dimensi dalam mengukur *serviscape* (*ambient conditions, spatial layout & signs, functionality of equipment*) untuk mempengaruhi *tourist behaviour* dalam konteks *event tourism*. Dalam perkembangannya konsep

dari *servicescape* dikembangkan menjadi konsep *experiencescape* yang mencerminkan pemahaman yang lebih luas tentang lingkungan pelayanan, mengakui bahwa lingkungan fisik saja tidak cukup untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang berarti dan mendalam untuk mempengaruhi perilaku wisatawan (Kandampully et al., 2023).

Konteks *halal literacy* dengan mengusung konsep *halal tourism* tidak terlepas dari peranan penting *religiosity* dalam mempengaruhi pengalaman wisatawan (Cahyaningsih & Nugroho, 2022; Hassani & Moghavvemi, 2020; Salehudin, 2010; Suhartanto et al., 2021). Beberapa penelitian telah membuktikan bahwa *religiosity* dapat mempengaruhi *tourist behaviour* sebagai variabel independen (Amalia et al., 2019; Ithnan & Ariffin, 2020; S. Wang et al., 2020) dan moderasi (Agag et al., 2022; Budi Riyanto & Bangsawan, 2022; Patwary et al., 2018)

Keragaman berbagai hasil penelitian sebelumnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *tourist environmentally responsible behaviour* tidak dapat digeneralisasi. Pembuatan konstruk baru dalam membentuk *tourist environmetally responsible behaviour* dari wisatawan muslim pada penelitian ini juga dibutuhkan dalam konteks ekowisata halal, karena penelitian sebelumnya dirasa belum mampu menjelaskan secara spesifik kebutuhan wisatawan muslim dalam konteks ekowisata dengan prinsip-prinsip halal untuk membentuk *tourist environmentally responsible behaviour*. *Digital Halal Tourism Literacy*, *Halal Experiencescape Quality*, *Memorable Halal Ecotourism Experience*, dan *Halal Destiantion Attachment* adalah *novelty* yang ditawarkan dalam penelitian ini dengan menggabungkan beberapa teori seperti *Halal Tourism* (Battour & Ismail, 2016), *Ecotourism* (Fennell, 2020), *Memorable Tourism Experience* (Kim et al., 2012), *Destination Quality* ( Le Chi, 2016), *Destination Image* (Fakeye & Crompton, 1991), *Expereincescape* (Pizam & Tasci, 2019), dan *Quality Tourism* (Keane, 1996) untuk dapat menjawab permasalahan tersebut.

Keseluruhan penelitian-penelitian ini menunjukkan keragaman dalam temuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *tourist environmentally responsible behaviour*. Hal ini menekankan pentingnya untuk mengisi ruang kosong kesenjangan penelitian yang dapat menggabungkan faktor-faktor

sebelumnya menjadi satu model *novelty* penelitian yang utuh, karena penelitian sebelumnya menunjukkan faktor-faktor tersebut mempengaruhi *tourist environmentally responsible behaviour*. Adapun faktor-faktor yang dimaksud adalah *Digital Halal Tourism Literacy*, *Halal Experiencescape Quality*, *Memorable Halal Ecotourism Experience*, dan *Halal Destiantion Attachment*, dalam memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap *Tourist Environmentally Responsible Behaviour*.

Berdasarkan latar belakang penelitian, fenomena-fenomena, dan temuan penelitian sebelumnya yang mengkaji mengenai *tourist environmentally responsible behaviour* maka terdapat peluang yang terbuka lebar bagi penelitian lanjutan untuk menyelidiki lebih dalam tentang *tourist environmentally responsible behaviour* dalam kerangka kerja yang berbeda. Salah satu kerangka kerja yang menarik adalah dalam konteks kebutuhan khusus wisatawan muslim pada ekowisata dengan prinsip halal di Indonesia. Salah satu kerangka kerja yang menarik adalah dalam konteks kebutuhan khusus wisatawan muslim pada ekowisata dengan prinsip halal di Indonesia. Berdasarkan pemahaman ini, penelitian ini penting untuk dilakukan penelitian model pembentukan *tourist environmentally responsible behaviour* dalam konteks pariwisata halal.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan, maka perumusan masalah dalam konteks penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran *Digital Halal Tourism Literacy*, *Halal Experiencescape Quality*, *Memorable Halal Ecotourism Experience*, *Halal Destiantion Attachment*, dan *Tourist Environmentally Responsible Behaviour*?
2. Bagaimana pengaruh *Digital Halal Tourism Literacy* dan *Tourist Environmentally Responsible Behaviour* yang dimediasi oleh *Memorable Halal Ecotourism Experience* dan *Halal Destiantion Attachment*?
3. Bagaimana pengaruh *Halal Experiencescape Quality* dan *Tourist Environmentally Responsible Behaviour* yang dimediasi oleh *Memorable Halal Ecotourism Experience* dan *Halal Destiantion Attachment*?

4. Bagaimana pengaruh *Memorable Halal Ecotourism Experience*, *Halal Destiantion Attachment* dan *Tourist Environmentally Responsible Behaviour*?
5. Faktor-faktor apa saja yang membentuk *Tourist Environmentally Responsible Behaviour*?
6. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kendala pembentukan *Tourist Environmentally Responsible Behaviour*?
7. Bagaimana integrasi faktor-faktor yang mempengaruhi *Tourist Environmentally Responsible Behaviour* dalam konteks pariwisata halal?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Menjelaskan gambaran *Digital Halal Tourism Literacy*, *Halal Experiencescape Quality*, *Memorable Halal Ecotourism Experience*, *Halal Destiantion Attachment*, dan *Tourist Environmentally Responsible Behaviour*
2. Menganalisis dan menjelaskan hubungan pengaruh langsung antara *Digital Halal Tourism Literacy*, *Halal Experiencescape Quality*, dan *Tourist Environmentally Responsible Behaviour*?
3. Menganalisis dan menjelaskan hubungan pengaruh tidak langsung *Digital Halal Tourism Literacy*, *Halal Experiencescape Quality*, *Tourist Environmentally Responsible Behaviour* yang dimediasi oleh *Memorable Halal Ecotourism Experience* dan *Halal Destiantion Attachment*?
4. Menganalisis dan menjelaskan hubungan *Memorable Halal Ecotourism Experience*, *Halal Destiantion Attachment* dan *Tourist Environmentally Responsible Behaviour*?
5. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang membentuk *Tourist Environmentally Responsible Behaviour*
6. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kendala pembentukan *Tourist Environmentally Responsible Behaviour*?
7. Bagaimana integrasi faktor-faktor yang mempengaruhi *Tourist Environmentally Responsible Behaviour* dalam konteks pariwisata halal?

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Manfaat teoretis dan praktis yang diharapkan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis.
  - a. Hasil dari penelitian ini akan mengisi celah pengetahuan dalam domain manajemen pemasaran. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan konseptual yang berharga untuk perkembangan ilmu dan penelitian manajemen pemasaran pariwisata di masa depan khususnya dalam kajian *tourist environmentally responsible behaviour* pada ekowisata halal.
  - b. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumber informasi, referensi, serta motivasi yang bermanfaat bagi peneliti lain yang tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai topik-topik seperti *halal digital tourism literacy*, *Halal Experiencescape Quality*, *Memorable Halal Ecotourism Experience*, *Halal Destination Attachment*, dan *tourist environmentally responsible behaviour* yang masih relatif baru dan jarang diteliti.
2. Manfaat Praktis.
  - a. Bagi pengelola destinasi pariwisata, penelitian ini diharapkan memberikan kerangka strategis untuk mengembangkan ekowisata halal yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan muslim, sehingga dapat menekan dampak negatif pariwisata serta mewujudkan aktivitas wisata yang peduli lingkungan dan menyejahterakan komunitas lokal.
  - b. Bagi pemangku kebijakan, hasil penelitian ini akan memberikan arah kebijakan yang efektif dalam mendukung pertumbuhan sektor ekowisata yang berkelanjutan melalui prinsip-prinsip pariwisata halal.
  - c. Bagi masyarakat, hasil penelitian ini memberikan pemahaman bahwa peran masyarakat sangat penting baik sebagai pelaku maupun tuan rumah, dalam kontribusinya menciptakan pengalaman ekowisata halal yang tidak terlupakan bagi para wisatawan muslim.
  - d. Bagi wisatawan muslim, hasil penelitian ini memberikan jaminan terpenuhinya kebutuhan spiritual muslim selama melakukan aktivitas

ekowisata yang dapat membentuk perilaku wisatawan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan untuk menekan dampak negatif pariwisata.

- e. Bagi media, hasil penelitian ini dapat menghasilkan pengetahuan baru yang akan memberikan dampak positif pada karya jurnalisnya, serta membantu dalam menyampaikan dan mengkomunikasikan informasi tentang edukasi perilaku wisatawan muslim yang bertanggung jawab terhadap lingkungan demi keberlanjutan ekowisata halal.