

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepariwisataan di Indonesia kini telah tumbuh, dan berkembang menjadi industri yang berdiri sendiri semenjak beberapa tahun terakhir. Sebagaimana di negara–negara Amerika Latin industri kepariwisataan ini mempunyai nilai potensi besar, bagaikan pohon raksasa yang tumbuh terus menerus dan telah memberikan hasil yang nyata bagi perekonomian dunia.



Gambar 1. 1 Grafik Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara 2017 dan 2016 di Indonesia

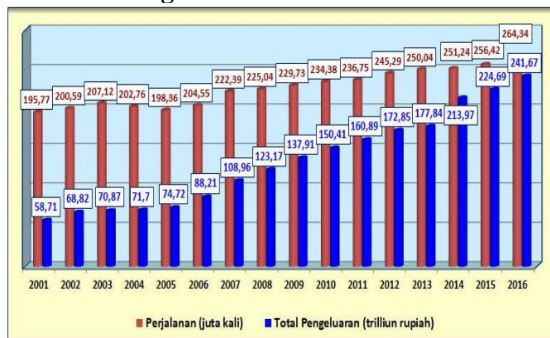
Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) Kementerian Pariwisata (2017)

Menurut grafik yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata (Kemenpar) di atas terlihat bahwa wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia dari bulan Januari hingga Oktober tahun 2017 sebanyak 11.617.828, Sedangkan pada tahun 2016 dari bulan Januari hingga Desember sebanyak 11.519.275 orang. Grafik tersebut terlihat kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2017 meningkat 0,85% dari tahun 2016.

Oleh karenanya perkembangan pariwisata Indonesia dari tahun ke tahun terus tumbuh, bahkan daya saing sektor pariwisata Indonesia terus

mengalami peningkatan. Pesatnya perkembangan kondisi pariwisata nasional disinyalir sebagai dampak dari pertumbuhan ekonomi Indonesia yang cukup tinggi. Pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi yang disertai peningkatan daya beli masyarakat serta didukung dengan kondisi keamanan yang cukup kondusif. Hal ini akan mendorong meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, khususnya kunjungan penduduk Indonesia untuk melakukan perjalanan wisata di wilayah teritorial Indonesia, atau yang biasa disebut kunjungan wisatawan nusantara (wisnus). Berikut disajikan gambaran umum mengenai karakteristik wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan di seluruh wilayah teritori Indonesia selama tahun 2016. Gambaran tersebut diperoleh dari data/informasi hasil Kajian Data Pasar Wisatawan Nusantara Tahun Anggaran 2016 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dengan dukungan penuh dari Kementerian Pariwisata.

Tabel 1. 1 Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (Wisnus) dan Total Pengeluaran Tahun 2001-2016



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) Kementerian Pariwisata (2016)

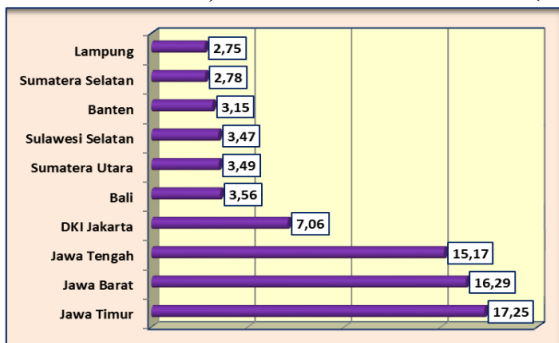
Grafik di atas memperlihatkan perkembangan jumlah perjalanan dan juga total pengeluaran dalam rangka melakukan perjalanan yang dilakukan wisatawan nusantara selama kurun waktu lima belas tahun terakhir. Jumlah perjalanan selama tahun 2015 mencapai 256,42 juta perjalanan yang berarti mengalami peningkatan sebesar 2,02 persen dibandingkan tahun 2014 dengan jumlah perjalanan 251,24 juta perjalanan. Peningkatan ini diduga sebagai akibat kondisi perekonomian yang semakin membaik dan semakin mudahnya

Wisnaeni Nurhidayati, 2018
Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
 perpustakaan.upi.edu

aksesibilitas ke daerah-daerah tujuan wisata. Sementara itu, total pengeluaran selama tahun 2015 mencapai sebesar 224,69 triliun rupiah. Hal ini berarti terjadi peningkatan sebesar 4,77 persen dibandingkan tahun 2014 yang mencapai sebesar 213,97 triliun rupiah.

Menginterpretasikan perkembangan pengeluaran ini harus hati-hati karena nilai tersebut belum disesuaikan dengan perkembangan inflasi. Jumlah perjalanan wisnus selama Tahun 2016 (Januari – Desember) mencapai sekitar 264,34 juta perjalanan, dengan rata-rata pengeluaran tiap orang per kunjungan mencapai sekitar 914,27 ribu rupiah. Kondisi tersebut berarti jumlah perjalanannya mengalami peningkatan sebesar 5,21 persen dibanding tahun 2014 yang mencapai 251,24 juta perjalanan, sedangkan rata-rata pengeluaran per kunjungannya meningkat 7,35 persen dari 851,68 ribu rupiah pada tahun 2014. (Kemenpar, 2016)

Tabel 1. 2 Distribusi Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Asal, Periode Januari-Juni 2016 (Persen)



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) Kementerian Pariwisata (2016)

Jumlah perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan nusantara selama periode Januari hingga Juni 2016, sebagian besar dilakukan oleh penduduk yang berdomisili di wilayah Jawa. Penduduk yang berasal dari Provinsi Jawa Timur adalah yang paling banyak melakukan perjalanan hingga mencapai sekitar 17,25 persen dari seluruh perjalanan wisata di Indonesia. Selanjutnya adalah penduduk yang berdomisili di Jawa Barat dan Jawa Tengah yang mencapai sekitar 16,29 persen dan

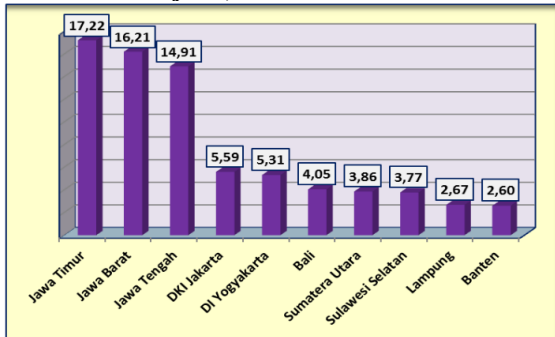
Wisnaeni Nurhidayati, 2018

Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata

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

15,17 persen. Sementara itu, penduduk yang berdomisili di luar Pulau Jawa yang paling banyak melakukan perjalanan adalah penduduk yang berdomisili di Provinsi Bali. Jumlah penduduk Bali yang melakukan perjalanan selama periode survei tersebut mencapai sekitar 3,56 persen dari seluruh perjalanan wisata di Indonesia. Kemudian diikuti oleh penduduk yang berasal dari Provinsi Sumatera Utara, Sulawesi Selatan, dan Sumatera Selatan yang masing-masing sebesar 3,49 persen; 3,47 persen; dan 2,79 persen. Kondisi tersebut hampir sama dengan tahun 2014, dimana provinsi-provinsi di Pulau Jawa masih mendominasi jumlah perjalanan wisatawan nusantara, bahkan rangkingnya pun sama hanya besarnya yang berbeda. (Kemenpar, 2016)

Tabel 1. 3 Distribusi Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara Menurut Provinsi Tujuan, Periode Januari-Juni 2016 (persen)



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) Kementerian Pariwisata (2016)

Berdasarkan informasi dari hasil Kajian Data Pasar Wisatawan Nusantara Tahun 2016 ini, diketahui bahwa jumlah perjalanan penduduk Indonesia yang bertujuan ke Provinsi Jawa Timur merupakan yang tertinggi hingga mencapai sekitar 17,22 persen. Kemudian diikuti oleh wisatawan nusantara yang bertujuan mengunjungi wilayah-wilayah di Jawa Barat dan Jawa Tengah, yang masing-masing sekitar 16,21 persen dan 14,91 persen. Kondisi tersebut hampir sama dengan pola yang terjadi menurut daerah asal, dimana Pulau Jawa sangat mendominasi. Provinsi di luar Pulau Jawa yang menjadi tujuan favorit wisatawan nusantara adalah Provinsi Bali yang mencapai sekitar 4,05 persen dari seluruh perjalanan yang dilakukan oleh wisnus di Indonesia. Kemudian

Wisnaeni Nurhidayati, 2018
Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata

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

disusul oleh wisatawan dengan tujuan wilayah-wilayah di Provinsi Sumatera Utara, Sulawesi Selatan, dan Lampung yang masing-masing sekitar 3,86 persen; 3,77 persen; dan 2,67 persen. (Kemenpar, 2016)

Tabel 1. 4 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Akomodasi di Jawa Barat Menurut Kabupaten/Kota, 2016

Kabupaten/Kota	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
Kabupatency			
1. Bogor	139,826	4,018,999	4,158,825
2. Sukabumi	49,138	443,795	492,933
3. Cianjur	9,350	11,140	20,490
4. Bandung	77,200	3,965,258	4,042,458
5. Garut	29,158	13,583	42,741
6. Tasikmalaya	1,476	23,400	24,876
7. Ciamis	3,505	70,071	73,576
8. Kuningan	-	188,727	188,727
9. Cirebon	1,588	130,796	132,384
10. Majalengka	500	70,885	71,385
11. Sumedang	7,455	144,249	151,704
12. Indramayu	251	78,255	78,506
13. Subang	45,507	1,104,324	1,149,831
14. Purwakarta	7,913	209,873	217,786
15. Karawang	61,237	73,971	135,208
16. Bekasi	63,246	186,990	250,236
17. Bandung Barat	278,027	481,114	759,141
18. Pangandaran	10,344	912,184	922,528
Kota			
1. Bogor	722,901	2,978,435	3,701,336
2. Sukabumi	5,311	199,920	205,231
3. Bandung	176,487	4,624,621	4,801,108
4. Cirebon	5,891	176,223	182,114
5. Bekasi	6,515	65,808	72,323
6. Depok	61,110	105	61,215
7. Cimahi	496	3,383	3,879
8. Tasikmalaya	501	207,853	208,354
9. Banjar	126	61,200	61,326
Jawa Barat	1,765,059	20,445,162	22,210,221

Sumber : Badan Pusat Statistik Jawa Barat

Wisnaeni Nurhidayati, 2018

Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata

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

Berdasarkan tabel di atas daerah yang banyak di kunjungi oleh wisatawan mancanegara adalah Kota Bogor dan daerah yang banyak di kunjungi wisatawan domestik adalah Kota Bandung.

Saat ini Indonesia sedang mengembangkan pariwisata berbasis syariah, yang sedang menjadi sebuah tren baru dalam perkembangan pariwisata di berbagai dunia. Esensi dari pariwisata syariah adalah merujuk pada sebuah usaha menyingkirkan segala hal yang dapat membahayakan manusia, dan mendekatkan kepada hal yang bermanfaat bagi diri dan lingkungannya.

Selama ini wisata halal dianggap sebagai suatu wisata ke kuburan (ziarah) ataupun ke masjid. Padahal, wisata halal tidak diartikan seperti itu, melainkan wisata yang di dalamnya berasal dari alam, budaya, ataupun buatan yang dibingkai dengan nilai-nilai Islam. Wisata syariah lebih memberikan ketenangan kepada wisatawan muslim maupun non-muslim karena lebih aman dan nyaman terutama bagi mereka yang membawa keluarga (Yahya, 2016).

Pariwisata syariah telah merambah ke berbagai sektor jasa, perhotelan, dan restoran dimana sektor-sektor tersebut kini sedang banyak diminati oleh wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Indonesia sebenarnya sudah memiliki kawasan pariwisata berbasis syariah. Hanya saja wisata religi tersebut terletak di kawasan yang belum di khususkan pengembangannya sebagai daerah tujuan wisata. Sehingga di sekitar lokasi wisata religi tersebut jarang dijumpai adanya fasilitas penunjang wisata seperti hotel syariah, restoran syariah, dan lainnya. Faktor tersebut mempengaruhi rendahnya minat wisatawan domestik dan mancanegara untuk berkunjung ke kawasan wisata syariah di Indonesia.

Perusahaan konsultan travel yang fokus pada wisatawan muslim, yaitu perusahaan *Crescentrating Halal Friendly Travel* (Singapura) dan *Dinar Standard* (Amerika Serikat), dalam laporannya, menyebutkan pertumbuhan belanja segmen wisatawan muslim dinilai paling cepat sedunia. Bahkan, pertumbuhannya melebihi pertumbuhan segmen wisatawan Amerika Serikat, Cina, dan Perancis. Belanja wisatawan muslim diperkirakan mencapai US \$192 miliar pada tahun 2020, naik pesat dari US \$126 miliar pada tahun 2011. Riset didasarkan pada gaya belanja kaum muslim di 47 negara. Potensi produk-produk syariah

Wisnaeni Nurhidayati, 2018

Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata

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

secara global sangat menjanjikan. Nilai konsumsi produk halal (makanan dan minuman, farmasi atau obat-obatan dan perawatan tubuh, dan kosmetika) pada tahun 2010 sudah mencapai US \$2.3 triliun per tahun. Tak terbantahkan lagi bahwa segmen pasar muslim atau pasar syariah sangat besar (Priyadi, 2016 : 3-4).

Wisatawan muslim Indonesia termasuk dalam 10 besar negara yang paling banyak berwisata. Sehingga di Indonesia saat ini banyak bermunculan usaha biro perjalanan wisata. Karena dirasa bisnis ini menjanjikan maka akhirnya setiap biro perjalanan wisata saling menawarkan berbagai fasilitas dan penyediaan layanan yang menarik untuk konsumen. Mulai dari menyediakan berbagai kegiatan paket wisata yang menjual tiket atau karcis, sarana angkutan, pemesanan sarana wisata, hingga mengurus dokumen-dokumen perjalanan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Tabel 1. 5 Perkembangan Usaha Jasa Perjalanan Wisata Berskala Menengah Dan Besar, Tahun 2007 – 2011

TAHUN	BPW (BIRO PERJALANAN WISATA)			APW (AGEN PERJALANAN WISATA)			USAHA JASA PERJALANAN WISATA (BPW + APW)	
	USAHA / PERUSAHAAN		RATA-RATA TENAGA KERJA	USAHA / PERUSAHAAN		RATA-RATA TENAGA KERJA	Jumlah	Pertumbuhan (%)
	Jumlah	Pertumbuhan (%)		Jumlah	Pertumbuhan (%)			
2007	655	-	11.00	1,159	-	9.00	1,814	-
2008	815	24.43	12.05	1,893	63.33	7.57	2,708	49.28
2009	952	16.81	12.35	1,803	-4.75	6.51	2,755	1.74
2010	1,116	17.23	11.00	1,917	6.32	6.00	3,033	10.09
2011	1,120	0.36	12.00	1,918	0.05	7.00	3,038	0.16

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) Kementerian Pariwisata (2018)

Kegiatan berlibur menjadi lebih praktis dengan menggunakan jasa biro perjalanan wisata. Karena konsumen sudah tidak perlu lagi memikirkan masalah akomodasi, transportasi, dan restoran. Tetapi liburan akan menjadi tidak nyaman ketika ada hal yang kurang teliti dalam memilih sebuah biro perjalanan wisata. Di bisnis biro perjalanan wisata ini tidak semua pemiliknya beragama islam maka sebagai konsumen muslim kita perlu teliti dalam memilih biro perjalanan wisata.

Wisnaeni Nurhidayati, 2018

Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata

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

Jawa Barat merupakan provinsi peringkat ke dua setelah Jawa Timur yang menjadi tujuan wisata wisatawan nusantara. Kota Bandung menjadi daerah paling banyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara. Bandung menawarkan banyak wisata mulai dari wisata alam, kuliner, dan lain-lain. Sehingga orang berbondong-bondong datang kesana.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perjalanan wisata di Bandung yang memiliki penawaran paket wisata yang menarik adalah CV. Siliwangi Jaya Wisata. Peneliti memilih biro perjalanan wisata CV. Siliwangi Jaya Wisata atau yang biasa dikenal dengan Jasa Siliwangi Holiday (JSH) untuk penelitian karena biro perjalanan wisata ini sudah terkenal di Bandung dan kiprahnya di bidang perjalanan wisata sudah bagus. Selain itu JSH juga merupakan biro perjalanan wisata yang ramah muslim, dimana mereka menawarkan perjalanan wisata yang tidak menyalahi syariat islam. Dilihat dari data tamu loyalnya JSH sudah melayani 39 kampus/universitas, 53 sekolah/yayasan, 25 dinas/BUMN. Perusahaan JSH ini bekerjasama dengan beberapa perusahaan akomodasi, transportasi, destinasi wisata, dan restoran sebagai berikut :

Tabel 1. 6 Tabel Jasa Pemasok PO Bus Bandung

No	Nama Perusahaan	Alamat
1	PT. Kramat Djati	Jl. Ambon No.3 , Citarum (022 4200858)
2	PT. Qitarabu Trans	Jl. Cikutra Barat No.1C , Sukaluyu (081223122300)
3	PT. Pakar Utama	Jl. Ternate No.5 , Citarum (022 4211942)
4	PT. Pakar Wisata	Jl. Kiaracondong No.426 , Binong (082214860000)
5	MegaTrans Holiday	Jl. Terusan Jakarta No.1 , (085221843532)
6	PO Nusantara	Jl. Pajajaran No.53 , Pasir Kaliki (022 4266243)
7	Star Trans	Jl. Kacapiring No.30 (022 20512087)
8	Trijaya Trans	Jl. Sriwijaya No.92 , Cigereleg (022 88885037)
9	PT. Pahala Kenaca	Jl. Kebon Jati No. 96 , Kb. Jati
10	PO San Bandung	Jl. Soekarno Hatta No.268 , Kopo(0821 27232242)
11	Suryaputra Adipradana	Jl. Soekarno Hatta , Kb. Lega (022 5203905)
12	Marjaya Trans	Jl. Sekelimus XVI No.5 , (0812 2226955)
13	PO City Trans Utama	Jl. Soekarno Hatta No.768 , Cipayung (022 7800915)
14	PO Harum	Jl. Soekarno Hatta , Babakan Ciparay(022 92460867)
15	PO Sari Harum	Jl. Soekarno Hatta No.141 (081809472994)
16	PO Santika	Jl. Pajajaran , Pasir Kaliki (022 4260429)
17	PO Family Raya Ceria	Jl. Soekarno Hatta No. 272 , Kopo(0852 20065851)
18	Primajasa	Jl. Soekarno Hatta No. 181 , (022 6074545)
19	Jaya Prima	Jl. Surya Sumantri , Kavling 8A(022 2003035)
20	PO Limbersa	Jl. Soekarno Hatta No.170B , (022 5437421)
21	PO Lorena	Jl. Soekarno Hatta No.411 Astanaanyar(0225226142)
22	PO Putra Rafflesia	Jl. Soekarno Hatta No.270 , Kopo(022 5425537)

Wisnaeni Nurhidayati, 2018

Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata

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

23	PO Sahabat	Jl. Soekarno Hatta No.186 (22 6035229)
----	------------	---

Tabel 1.6 adalah beberapa perusahaan transportasi yang bekerjasama dengan pihak JSH.

Tabel 1. 7 Tabel Jasa Pemasok Hotel

No	Nama Hotel	Alamat
1	Prama Grand Preanger	Jl. Asia Afrika No.81 , Braga (022 4231631)
2	eL Royale Hotel	Jl. Merdeka No.2 , Braga (022 4232286)
3	Hotel Horison Bandung	Jl. Pelajar Pejuang 45 No. 121 (022 7305000)
4	Hotel Santika	Jl. Sumatera No. 52 – 54 (022 4203009)
5	Aston Braga Hotel	Jl. Braga No. 99 – 101 , Braga (022 84460000)
6	Arion Swiss- BelHotel	Jl. Otto Iskandar Dinata No . 16 (022 4240000)
7	Ibis Budget Bandung	Jl. Asia Afrika No . 128 , Paledang (022 4267999)
8	Bidakara Savoy Homann	Jl. Aia Afrika No . 112 (022 4232244)
9	Serena Hotel	Pasir Kaliki , Cicendo (022 4204317)
10	Grand Pasundan Convention	Jl. Peta No. 147 – 149 (022 6043135)
11	Grand Tjokro	Jl. Cihampelas No.211 – 217 , Cipaganti (022 82021220)
12	Golden Flower Hotel	Jl. Asia Afrika No. 15 – 17 , Braga (022 4239999)
13	Hotel Benua	Jl. Pelajar Pejuang 45 No.111 ,Turangga (022 7321708)
14	Sensa Hotel Bandung	Jl. Cihampelas No. 160 , Cipaganti (022 2061111)
15	The 101 Dago	Jl. Ir.H.Djuanda No. 3 , Dago (022 4260966)
16	Western La Grande	Jl. Merdeka No . 25 – 29 , Bandung (022 42690555)
17	El Cavana Hotel	Jl. Stasiun Barat No. 25 – 27 (022 4266226)
18	Mercure Bandung	Jl. Lengkong Besar No . 8 , Cikawao (022 30008000)
19	Grandia Hotel	Jl. Cihampelas No. 80 – 82 , Tamansari (022 42690111)
20	West Point Hotel	Jl. LMU, Nurtanio No. 63 (022 20565858)
21	Geary Hotel Bandung	Jl. Kebon Kawung No. 12 (20526888)
22	FOX Harris Hotel	Jl. Jawa No.3 , Babakan Ciamis (022 86012600)
23	Kedaton Hotel	Jl.Suniaraja No. 14 , Braga (022 4219898)
24	De' Paviljoen	Jl. R.E.Martadinata No. 68 ,Citarum (022 86012888)
25	Holiday Inn	Jl. Dr.Djunjunan No. 96, Pasteur (022 2060123)
No	Nama Hotel	Alamat
26	Padma Hotel Bandung	Jl. Rancabentang No.56 - 58 , (022 2030333)
27	Aston Tropicana	Jl. Cihampelas No. 125 – 129 , (022 2030101)
28	Gino Ferucci	Jl. Kebon Jati No. 71 – 75 , (022 4248000)
29	InterContinental Dago	Jl. Resor Dago Pakar Raya 2B, (022 87806688)
30	Luxton Hotel Dago	Jl. Ir.H.Djuanda No. 18 , (022 4220700)
31	Grand Aquila Hotel	Jl. Dr. Djunjunan No. 116 , Pasteur (022 2039280)
32	Hilton Bandung	Jl. HOS. Tjokroaminoto No.41 – 43 (022 86066888)
33	Novotel Bandung	Jl. Cihampelas , No.23 – 25 , (022 4211001)
34	Ibis Trans Studio Hotel	Jl. Gatot Subroto No. 289 , (022 873455550)
35	GH Universal Hotel	Jl. Dr.Setiabudhi No.376 , Ledeng (022 2010388)
36	Ibis Style Bandung	Jl. Braga No.8 , Bandung (022 4213070)
37	Meize Hotel Bandung	Jl. Sumbawa No.7 , Merdeka (022 4263888)
38	Zest Hotel Sukajadi	Jl. Sukajadi No.16 , Pasteur (022 82602060)
39	Crowne Plaza Bandung	Jl. Lembong No.19 , Braga (022 30002500)
40	California Hotel	Jl. Wastukencana No.48 , (022 4268588)
41	The Trans Luxury Hotel	Jl. Gatot Subroto No.289 , (022 87348888)
42	Aryaduta Hotel	Jl. Sumatera No.51 , Citarum (022 4211234)
43	Tebu Hotel	Jl. R.E.Martadinata No.62 ,Citarum (022 4263335)
44	Amaroosa Hotel	Jl. Aceh No.71A , Siliwangi (022 4222221)

Wisnaeni Nurhidayati, 2018
Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
 perpustakaan.upi.edu

Tabel 1.7 adalah nama-nama hotel yang bekerjasama dengan JSH.

Tabel 1. 8 Tabel Destinasi Wisata

No	Destinasi	No	Destinasi
1	Alun-Alun Kota Bandung	36	Saung Angklung Udjo
2	Amazing Art World	37	Situ Cisanti
3	Kebun Begonia	38	Situ Patenggang
4	China Town	39	Taman Dewi Sartika
5	Orchid Forest Cikole	40	Taman Hutan Raya (Dago Pakar)
6	Cimanggu	41	Tangkuban Perahu
7	Ciwalini	42	Tebing Keraton
8	Curug cimahi/curug pelangi	43	Cikahuripan
9	Dago Dream Park	44	Trans Studio Bandung
10	De Ranch Lembang	45	Upseide Down World Bandung
11	Dusun Bambu	46	Forest Walk
12	Farm House	47	Stone Garden
13	Floating Market	48	Taman Lembah Dewata
14	Gedung Sate	49	Taman Lalu Lintas
15	Glamping Likeside	50	Babakan Siliwangi
16	Jendela Alam Lembang	51	Teras Cikapundung
17	Kampung Gajah Wonderland	52	Taman Lansia
18	Kawah Putih	53	Bukit Moko
19	Kawasan Wisata Punclut	54	Curug Tilu Leuwi Opat
20	Kebun Binatang	55	Curug Layung
21	Maribaya	56	Taman Sejarah Bandung
22	Monumen Perjuangan	57	Panghegar Waterboom
23	Museum Barli	58	Karang Setra
24	Museum Geologi	59	Pine Forest Camp Lembang
25	Museum Kereta Api	60	Taman Miniatur Kereta Api
26	Museum Konfrensi Asia Afrika	61	Gunung Batu
27	Museum Mandala Wangsit Siliwangi	62	Gunung Putri
28	Museum Pendidikan Nasional	63	Gunung Burangrang
29	Museum pos	64	Curug Keraton
30	Museum Sri Baduga	65	Ciwangun Indah Camp
31	Museum Wolff Schoemaker	66	Kawah Rengganis
32	Observatorium Bosscha	67	Barusan Hills
33	Puncak Bintang	68	Bandung Carnival Land
34	Rabbit Town	69	Sanghyang Heuleut
35	Ranca Upas	70	Rainbow Garden

Tabel 1.8 adalah destinasi-destinasi wisata yang ditawarkan oleh JSH.

Wisnaeni Nurhidayati, 2018
Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
 perpustakaan.upi.edu

Tabel 1. 9 Tabel Jasa Pemasok Restoran

Sumber : CV. Siliwangi Jaya Wisata

Tabel 1.9 adalah restoran yang bekerjasama dengan JSH.

No	Rumah Makan	No	Rumah Makan
1	Simpang Raya	19	Sapu Lidi
2	Ampera	20	Atmosphere
3	Raja Sunda	21	Gading
4	Saung Kabayan	22	Chopstick Resto
5	Sederhana	23	Kafe Halaman
6	Stasiun 8	24	Kurnia Jatim
7	Kfc	25	Balibu Resto
8	Mcd	26	Kampung Sawah
9	Hokben	27	Tahu Sumedang Resto
10	Laksana	28	Panyaugan
11	Alas Daun	29	Sindang Reret
12	Hdl Cilaki	30	Bancakan
13	Dusun Bammbu	31	Sambara
14	Saung Pengkolan	32	Misbar
15	De Sehad De Lada	33	Sari Sunda
16	Mang Engking	34	Suka Hati
17	Natural Resto	35	Bebek Surabaya
18	Green Valey	36	Bebek Caleo

Tabel 1. 10 Data Jumlah Perjalanan Jasa Siliwangi Holiday 2013-2018

DATA ORDER / TAHUN	JUMLAH
Tahun 2013	59
Tahun 2014	66
Tahun 2015	60
Tahun 2016	64
Tahun 2017	61
Tahun 2018 (sampai juli)	53

Sumber : CV. Siliwangi Jaya Wisata

Wisnaeni Nurhidayati, 2018

Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata

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

Tabel 1.10 adalah jumlah perjalan JSH pada kurun waktu lima tahun terakhir. Penulis telah melakukan pra-penelitian pada 13 Desember 2017 dengan menggunakan kuesioner elektronik, didapatkan hasil dari 60 orang responden 81% orang setidaknya satu kali dalam setahun mereka berlibur menggunakan jasa biro perjalanan wisata dengan tujuan 88,9% wisata dalam negeri. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti akan membahas mengenai “**Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan di atas maka yang menjadi pokok pikiran dan pembahasan dapat dirumuskan permasalahannya adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana standar atribut perjalanan wisata halal di CV. Siliwangi Jaya Wisata ?
- b. Bagaimana persepsi wisatawan muslim terhadap atribut perjalanan wisata halal di CV. Siliwangi Jaya Wisata ?
- c. Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi wisatawan muslim terhadap atribut perjalanan wisata halal pada CV. Siliwangi Jaya Wisata ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk :

- a. Mengetahui standar atribut perjalanan wisata halal di CV. Siliwangi Jaya Wisata
- b. Mengetahui persepsi wisatawan muslim terhadap atribut perjalanan wisata halal di CV. Siliwangi Jaya Wisata
- c. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi wisatawan muslim terhadap atribut perjalanan wisata halal pada CV. Siliwangi Jaya Wisata

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukannya penelitian ini adalah :

- a. Dari sisi ke ilmunan kita dapat mempelajari mengenai persepsi wisatawan muslim terhadap jasa biro perjalanan wisata.

Wisnaeni Nurhidayati, 2018

Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata

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

- b. Dari sisi perusahaan dapat mengembangkan lagi usahanya.
- c. Dari sisi pembaca, dapat menambah wawasan bagi yang membacanya.
- d. Dari sisi peneliti, dapat menambah wawasan dan pengalaman peneliti tentang persepsi wisatawan terhadap atribut perjalanan wisata halal di biro perjalanan wisata.

Wisnaeni Nurhidayati, 2018
Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Atribut Perjalanan Wisata Halal Pada Konsumen CV. Siliwangi Jaya Wisata
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu