

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis di Indonesia khususnya sektor jasa di Indonesia berlangsung pesat. Salah satu sektor jasa yang menjadi andalan adalah industri pariwisata yang merupakan salah satu industri yang mampu menjanjikan dalam pertumbuhan ekonomi. Hotel merupakan salah satu sarana pokok yang memegang peranan penting dalam perkembangan industri pariwisata karena hotel menyediakan sarana dan akomodasi dan pelayanan bagi para wisatawan.

Melihat adanya peluang yang baik dan dapat dimanfaatkan dalam bidang pariwisata, maka banyak perusahaan yang berminat melakukan usaha jasa penginapan dan mewujudkan melalui pendirian bermacam-macam hotel, mulai dari hotel yang mewah sampai dengan penginapan yang biasa. Pada akhirnya terjadilah persaingan antar hotel yang semakin ketat untuk mendapatkan pengunjung atau konsumennya.

Dalam menghadapi kondisi persaingan antar hotel yang menjamur, banyak faktor yang dijadikan daya tarik dengan fasilitas dan layanannya. Saat ini para pelaku bisnis hotel terus berusaha menampilkan sajian produk dan pelayanan yang berbeda dengan menciptakan sesuatu kekhasan atau keunikan tertentu dalam menarik konsumennya. Bisnis hotel kian berlomba menghadirkan konsep-konsep, inovasi-inovasi, ataupun pelayan-pelayanan khusus dalam mengemas produk dan jasa mereka. Sebut saja konsep atau kemasan yang sekarang berkembang, misalkan: konsep ramah lingkungan (*eco-friendly approach*), layanan pribadi (*personalized service*) label syariah dan lain sebagainya.

Tidak bisa dipungkiri bahwa perkembangan label syariah pada dunia bisnis di Indonesia saat ini telah menjadi tren tersendiri. Kebutuhan akan produk-produk syariah merupakan efek dari semakin besarnya tingkat kesadaran masyarakat, khususnya konsumen pemeluk agama Islam terhadap hukum dan ketentuan Islam didalam segi kehidupannya.

Indonesia dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Sebagaimana yang ditunjukkan pada Tabel dibawah ini, sebanyak 88% dari total penduduk Indonesia

beragama Islam dan sebanyak 15,7% dari Total Muslim di Dunia, artinya jumlah Muslim di Indonesia merupakan yang tertinggi dari negara-negara di Dunia dengan jumlah mencapai 213 juta orang. Sehingga dalam melakukan kegiatan kesehariannya sudah seharusnya menggunakan Syariah Islam sebagai landasan dalam memenuhi kesejahteraan masyarakat. Syariah Islam, bukan mengacu kepada praktik-praktik ibadah *maghdah* saja, namun juga mengatur tentang praktik hubungan sesama manusia.

Tabel 1.1
Populasi Muslim di Dunia Tahun 2017

	1988 (*)	2017 (**)	Annual growth rate (%)	Muslim Popn in 1998 (*)	Est. Muslim Popn in 2017	Prop. (%)
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1 Indonesia	212,941,810	263,510,146	1.12	185,259,375	213,013,678	15.7
2 India	984,003,683	1,342,512,706	1.64	137,760,516	168,858,032	12.5
3 Pakistan	135,135,195	196,744,376	1.98	131,081,139	167,656,736	12.4
4 Bangladesh	127,567,002	164,827,718	1.35	112,641,663	133,233,806	9.8
5 Iran	68,959,931	80,945,718	0.84	68,270,332	75,828,085	5.6
6 Turkey	64,566,511	80,417,526	1.16	64,437,378	74,405,359	5.5
7 Egypt	66,050,004	95,215,102	1.92	62,087,004	78,897,582	5.8
8 Nigeria	110,532,242	191,835,936	2.90	55,266,121	79,311,125	5.9
9 China	1,236,914,658	1,388,232,693	0.61	37,107,440	40,022,102	3.0
10 Algeria	30,480,793	41,063,753	1.57	30,175,985	36,682,758	2.7
11 Ethiopia	58,390,351	104,344,901	3.06	29,195,175	42,707,072	3.2
12 Morocco	29,114,497	35,241,418	1.01	28,736,009	32,566,353	2.4
13 Afghanistan	24,792,375	34,169,169	1.69	24,544,451	30,285,135	2.2
14 Sudan	33,550,552	42,166,323	1.20	23,485,386	27,279,354	2.0
15 Iraq	21,722,287	38,654,287	3.03	21,070,618	30,737,020	2.3
16 Uzbekistan	23,784,321	30,690,914	1.34	20,930,202	24,735,090	1.8
17 Saudi Arabia	20,785,955	32,742,664	2.39	20,785,955	27,993,961	2.1
18 Yemen	16,387,963	28,119,546	2.84	16,224,083	23,109,320	1.7
19 Syrian Arab Rep.	16,673,282	18,906,907	0.66	15,005,954	16,294,297	1.2
20 Malaysia	20,932,901	31,164,177	2.09	12,141,082	15,757,539	1.2
21 Tanzania	30,608,769	56,877,529	3.26	10,713,069	16,077,460	1.2
Sub-total	3,333,895,082	4,298,383,509	1.34	1,106,918,937	1,355,451,865	100.0
Total	5,329,579,346	7,514,136,555	1.81		2,369,507,139	

Sumber:

(*) <http://www.jannah.org/popstatistics/muslimpopworld.htm>

(**) <http://www.worldometers.info/world-population/>

Potensi pariwisata Indonesia dari tahun selalu mengalami peningkatan dan bahkan disebut sebagai penyumbang 10% Pendapatan Domestik Bruto (PDB). Keberadaan hotel merupakan hal yang sangat vital. Pariwisata Indonesia juga ditopang oleh kunjungan wisatawan mancanegara. Peningkatan wisatawan mancanegara ke Indonesia bisa dilihat pada Tabel 1.2 sebagai berikut:

Panji Budiharto, 2020

PENGARUH PRODUK HOTEL SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI NOOR MUSLIM BOUTIQUE HOTEL BANDUNG

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

Tabel 1. 2
Peningkatan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia
Tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah Wisatawan Mancanegara
2015	10.406.759
2016	11.519.275 (meningkat 10.6%)
2017	14.039.799 (meningkat 21.88%)
2018	15.810.305 (meningkat 12.61%)
2019	16.106.954 (meningkat 1.88%)

Sumber: Statistik Pariwisata (2015-2019), Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Berdasarkan pada tabel 1.2 di atas, kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2016 meningkat sebesar 10.6%, yaitu 10.4 juta pada tahun 2015 meningkat menjadi 11.5 juta pada tahun 2016. Dapat disimpulkan, perkembangan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia dari tahun 2015 s.d 2019 setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Sebagai industri tanpa asap, pariwisata terus mengalami perkembangan yang luar biasa dari yang bersifat konvensional (massal, hiburan, dan tamasya) menjadi mengarah pada pemenuhan gaya hidup. Pada data Tabel 1.1 menunjukkan bahwa Indonesia saat ini sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim terbesar di dunia, maka sudah sepatutnya sektor pariwisata melihat hal ini sebagai pasar yang potensial, dengan mengembangkan wisata halal. Pariwisata halal dipandang sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islam.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh *Master Card* dan *Crescent Rating* (2019) dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2019, Indonesia merupakan salah satu negara OKI (Organisasi Konferensi Islam) yang masuk sepuluh besar daerah tujuan wisata muslim dunia, dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut:

Tabel 1. 3
Sepuluh Besar Negara Tujuan *Organisation of Islamic Cooperation* (OIC)
Dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2019

<i>Rank</i>	<i>Destination</i>	<i>Score</i>
1	Indonesia	78
2	Malaysia	78
3	Turkey	75
4	Saudi Arabia	72
5	Uni Emirat Arab	71
6	Qatar	68
7	Morocco	67
8	Bahrain	66
9	Oman	66
10	Brunei	65

Sumber: CrescenRating, GMTI Report 2019

Berdasarkan *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2019 dalam kelompok destinasi *Organisation of Islamic Cooperation* (OIC), Indonesia berhasil menduduki peringkat teratas *Mastercard-Crescent Rating Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2019 bersama dengan Malaysia dengan skor 78.

Menurut laporan GMTI 2019, wisata dapat dikategorikan halal saat memiliki ekosistem layanan berbasis agama seperti makanan halal, fasilitas ibadah, kamar kecil yang memiliki air untuk berwudu, dan bukan lingkungan yang islamofobia. Poin penting dalam wisata halal ialah bagaimana wisata dapat meningkatkan kenyamanan tanpa melupakan kewajiban keimanan dan meningkatkan pemahaman melalui perjalanan warisan sejarah dan budaya.

Indonesia memiliki banyak pilihan destinasi wisata di setiap provinsi. Terdapat 13 (tiga belas) provinsi yang dipersiapkan Indonesia untuk menjadi destinasi wisata halal, yaitu Nusa Tenggara Barat (NTB), Aceh, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Bali. Wilayah tujuan wisata tsb ditentukan berdasarkan kesiapan sumber daya manusia, budaya masyarakat, produk wisata daerah, serta akomodasi wisata. Sejalan dengan upaya pembangunan kepariwisataan di Indonesia, maka masing-masing daerah di Indonesia bertindak secara gencar mengelola dan mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki agar bisa menjadi daerah tujuan

wisata yang banyak diminati wisatawan domestik maupun mancanegara. Jawa Barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang menjadi tujuan wisata.

Dengan meningkatnya jumlah *'sharia conscious consumer'* di Indonesia, pemerintah saat ini telah mengembangkan wisata syariah, mengatur fasilitas, dan penyebaran informasi mengenai seluk beluk wisata syariah. Pada industri pariwisata, prinsip syariah telah di aplikasikan pada atraksi, aksesibilitas, dan akomodasi. Contoh atraksi adalah Lombok sebagai destinasi wisata syariah yang sudah diakui oleh dunia dengan mendapatkan *Halal Tourism Award* sebagai *World's Best Halal Tourism Destination* dan *Best Halal Honeymoon Destination* 2016. Contoh aksesibilitas adalah adanya pelayanan syariah maskapai nasional *Thai Airways* milik Thailand yang memiliki *Thai Catering Kitchen* dan mengklaim sebagai *The Largest Halal Kitchen in the World*. Mereka menyediakan makanan dan minuman halal di pesawat. Contoh Akomodasi adalah hotel syariah. Walaupun terdengar asing, hotel syariah ini sudah banyak di temukan di negara-negara baik dengan mayoritas muslim seperti Malaysia, Turki, Arab dan Indonesia, maupun negara-negara dengan mayoritas non muslim seperti Australia, Jepang, Thailand, dan Singapura.

Saat ini Hotel Syariah telah menjadi sebuah *trend*, sehingga diberbagai kota bermunculan hotel berlabel "Syariah". Potensi bisnis hotel syariah ini cukup besar dan memiliki konsumen yang lebih loyal (Yunus, 2015). Namun sayangnya, pengusaha masih enggan memasuki bisnis ini. Hal ini disebabkan karena lisensi resmi dari lembaga keagamaan yang sedikit sulit didapatkan sehingga pengusaha yang ingin terjun ke bisnis ini juga terhambat (SAI, 2014).

Pertumbuhan hotel syariah ini sebenarnya terhitung lambat dibandingkan dengan hotel konvensional, sampai saat ini jumlah hotel berlabel syariah bisa dihitng dengan jari. Lalu pengusaha hotel syariah mesti berani mengambil risiko karena bakal memperoleh keuntungan yang kecil. Konsumen lebih memilih hotel konvensional karena telah memahami prosedur menginap di sana. Standar hotel syariah memang lebih tinggi dibanding hotel konvensional. Misalnya manajemen hotel mesti mampu memperlihatkan bukti sertifikat halal makanan yang disediakan. Tak hanya itu, tamu lawan jenis pun tidak diperbolehkan menginap dalam satu kamar tanpa keterangan menikah yang resmi (Galih, 2015). Hal ini

bukan berarti bisnis hotel syariah tidak menguntungkan. Sebaliknya, fasilitas akomodasi dengan label khusus tersebut justru sangat menjanjikan. Hal ini mempertimbangkan kuatnya pasar domestik yang didorong pesatnya aktivitas *meeting, incentives, convention, exhibition* dan meningkatnya jumlah pelancong bisnis (Mabruroh, 2016).

Salah satu kota yang terdapat hotel syariah yaitu di Ibukota Jakarta, yang dikenal mengawali trend ini adalah group Hotel Sofyan, dimana pada tahun 2002 “hijrah” dari sistem perhotelan konvensional menjadi syariah. Hotel Syariah merupakan salah satu tawaran yang menarik dalam rangka meningkatkan kualitas moral dan karakter bangsa Indonesia yang luhur.

Seluruh komponen kriteria persyaratan teknis operasional hotel dari mulai hal-hal yang kecil seperti informasi apa yang harus tersedia di *concierge*, perlengkapan *istinja'* yang harus tersedia di toilet umum, penyajian makanan dan minuman sampai pada *reception policy and procedure* pada *front office* harus dipastikan semua memenuhi ketentuan syariah.

Perkembangan hotel berbasis Syariah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan karena berkembangnya pola pikir masyarakat tentang prinsip Syariah, dengan salah satu kelebihanannya adalah memberikan rasa aman. Selain itu, adanya peningkatan jumlah wisatawan asal negara-negara muslim membuat para pengusaha hotel kian giat melakukan inovasi dalam mengembangkan bisnis Hotel Syariah. Di Indonesia memang baru terdapat 37 hotel bersertifikat syariah. Di tambah sekitar 150 hotel lain yang masih tahap syariah. Cakupan bisnis hotel Syariah tidak hanya terbatas kepada komunitas muslim saja, melainkan diperuntukkan bagi masyarakat umum lainnya. Kehadiran hotel berkonsep syariah ini mengurangi pandangan masyarakat bahwa hotel menjadi tujuan atau tempat maksiat, identik dengan perzinahan, narkoba dan perbuatan lainnya.

Kehadiran hotel-hotel syariah mampu membuat wisatawan di Kota Bandung semakin merasa nyaman dan aman. Wisatawan-wisatawan yang menginap di Hotel Syariah dapat memilih lokasi tempat penginapan sesuai yang diinginkan pengunjung. Walaupun jumlah hotel berbasis syariah belum sebanyak hotel

konvensional, tetapi peminatnya cukup banyak. Berikut Hotel-hotel Syariah yang terdapat di Kota Bandung:

Tabel 1. 4
Hotel Syariah di Kota Bandung

No	Hotel Syariah	Jumlah Kamar	Ranking Hotel
1	Noor Moeslim Boutique Hotel	33 Kamar	9,1
2	Cinnamon Hotel Boutique Syariah	24 Kamar	9,0
3	Ruby Hotel Syariah	47 Kamar	8,9
4	Lingga Hotel	68 Kamar	8,3
5	Narapati Indah Hotel Syariah	60 Kamar	8,1

Sumber: Traveloka (2020)

Berdasarkan data pada Tabel 1.4, ranking satu ditempati oleh Noor Moeslim Boutique Hotel dengan skor sebesar 9.1%. Noor Moeslim Boutique Hotel adalah tempat penginapan yang terletak di Jalan Madura no.6 Citarum, Bandung merupakan letak yang strategis berdekatan dengan pusat kota, perkantoran, factory outlet dan tempat wisata kuliner di Bandung. Noor Hotel terdiri dari empat lantai dan memiliki 33 kamar. Untuk kamar terdiri dari tipe deluxe dan tipe executive. Perbedaannya adalah dari luas kamar dan tipe executive memiliki ruang tamu. Setiap kamar di hotel ini menyediakan perabot lengkap seperti pada umumnya kamar hotel, disamping itu disetiap kamar juga disediakan sajadah, Al-Qur'an, surat Yasin juga perangkat sholat lainnya.

Selain itu, Noor Moeslim Boutique Hotel memiliki tiga meeting room, yaitu Shafa yang berkapasitas 80 orang dan Marwah yang berkapasitas 50 orang, adapun untuk meeting room lebih privat yaitu Zam-zam berkapasitas untuk 15 orang. Noor Moeslim Boutique Hotel juga memiliki Medina Lounge, suatu ruangan privat yang bisa digunakan untuk gathering. Adapun jumlah kunjungan wisatawan ke Noor Moeslim Boutique Hotel periode Januari 2019 sampai dengan Desember 2019 adalah:

Tabel 1. 5
Tingkat Occupancy Noor Hotel Bandung
Periode Januari 2019 - Desember 2019

Bulan	Total Room	Room Paying	Occupancy (%)
Januari	33	659	65,18%
Februari	33	487	53,46%
Maret	33	661	64,68%
April	33	702	71,63%
Mei	33	598	58,97%
Juni	33	592	59,92%
Juli	33	753	73,97%
Agustus	33	664	65,55%
September	33	590	59,84%
Oktober	33	530	52,48%
November	33	632	65,02%
Desember	33	871	85,73%
Rata-rata	33	645	64,70%

Sumber : Noor Muslim Boutique Hotel 2020

Dengan nuansa religi dan nilai islami tersebut, Noor Muslim Boutique Hotel diharapkan tetap dapat memberikan kenyamanan dan pelayan yang maksimal bagi para konsumennya. Mengingat keunikan Noor Muslim Boutique Hotel yang berani memposisikan diri sebagai penyedia jasa akomodasi yang berdasar pada prinsip syariah dan juga begitu pentingnya variabel-variabel yang dapat mempengaruhi minat konsumen untuk memakai jasa akomodasi khususnya hotel syariah, dengan menilai segala sesuatunya dari sudut pandang atau penilaian konsumen, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang variabel-variabel yang dapat mempengaruhi minat konsumen dengan mengambil judul: **“Pengaruh Produk Hotel Syariah Terhadap Keputusan Menginap Ke Noor Muslim Boutique Hotel”**.

B. Rumusan Masalah

Merujuk dari permasalahan yang dipaparkan sebelumnya, maka hal yang paling mendasar dari permasalahan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi tamu mengenai produk hotel syariah di Noor Muslim Boutique Hotel?
2. Bagaimana keputusan tamu menginap di Noor Hotel Bandung?
3. Bagaimana pengaruh produk hotel syariah terhadap keputusan menginap tamu di Noor Muslim Boutique Hotel?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang akan dilakukan yaitu :

1. Mengidentifikasi persepsi tamu mengenai produk hotel syariah di Noor Muslim Boutique Hotel.
2. Menganalisis keputusan tamu menginap di Noor Muslim Boutique Hotel.
3. Menganalisis pengaruh produk hotel syariah terhadap keputusan tamu menginap di Noor Muslim Boutique Hotel.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pengetahuan khususnya mengenai penerapan prinsip-prinsip syariah dan keputusan tamu menginap yang ada di Noor Muslim Boutique Hotel, serta menjadi tambahan referensi pustaka bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan, dan pemahaman serta memiliki wawasan ilmiah mengenai penerapan prinsip-prinsip syariah dan keputusan tamu menginap.

b. Bagi Pengelola

Sebagai bahan masukan untuk meningkatkan produk, pelayanan bagi tamu berupa pengembangan atau perbaikan akan produk Hotel Syariah yang sudah ada atau sedang dikembangkan di Noor Muslim Boutique Hotel.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana tambahan bagi pengetahuan tamu.

d. Bagi Pembaca

Sebagai bahan informasi dan pertimbangan dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan produk hotel syariah dan keputusan menginap.

E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis berusaha membuat defines operasional sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang. Maksud penulis disini adalah sesuatu hal yang baik secara langsung atautidak langsung memberikan dampak perubahan terhadap perilaku seseorang atau kelompok.
2. Produk Syariah adalah produk yang sesuai berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2014
3. Tamu (konsumen) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang datang menginap ke Noor Hotel.
4. Hotel adalah bangunan yang berkamar yang disewakan sebagai tempat menginap dan tempat makan orang yang sedang dalam perjalanan.
5. Hotel Syariah adalah salah satu jenis hotel atau lembaga bisnis hotel dengan penerapan prinsip-prinsip syariah.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri atas 5 (lima) bab. Uraian yang akan disajikan pada setiap bab adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini berisikan Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian.

- BAB II : Kajian Pustaka
Dalam bab ini berisikan kajian teori, hipotesis dan kerangka pemikiran
- BAB III : Metode Penelitian
Dalam bab ini berisikan Lokasi Penelitian Metode Penelitian, Populasi dan Sampel, Instrument Penelitian, Pengembangan Instrumen Penelitian, dan Jenis dan Teknik Analisis Data.
- BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan
Dalam bab ini berisikan pemaparan data dan pembahasan data hasil penelitian
- BAB V : Kesimpulan dan Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN