

BAB 1

PENDAHULUAN











1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan Negara yang mempunyai banyak keanekaragaman suku dan budaya. Selain itu, di Indonesia juga terdapat beragam macam agama seperti agama Islam, Hindu, Buddha, Katolik, Protestan, dan Konghucu, namun kebanyakan penduduk Indonesia memeluk agama Islam. Di Indonesia juga terdapat banyak sumber daya alam dan potensi yang dapat dikembangkan secara maksimal, yang termasuk dalam hal itu adalah sektor pariwisata. Pariwisata telah masuk ke salah satu sektor yang cukup berpengaruh bagi Indonesia. Jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Indonesia setiap tahun pun semakin meningkat. Wisatawan ini memiliki tipe dan karakteristik yang berbeda-beda bergantung pada motivasi wisatawan tersebut dalam mengunjungi suatu destinasi wisata. Faktor motivasi yang timbul dapat berbeda-beda bergantung pada pengalaman wisatawan itu sendiri. Tetapi, tidak menutup kemungkinan bahwa faktor yang muncul tidak hanya datang dari responden yang berbeda, salah satu pemicu faktor motivasi lainnya untuk muncul adalah tempat yang diteliti dan juga background dari wisatawan itu sendiri (Kusumah et al., 2018)

Salah satu segmen wisatawan yang sekarang sedang menjadi tren dan menjadi target pasar negara-negara, salah satunya juga Indonesia, adalah wisatawan yang religiously conscious. Segmen wisatawan ini memiliki karakteristik yang cukup religius karena mereka merupakan wisatawan yang akan berusaha untuk tidak meninggalkan aturan agamanya meskipun mereka sedang berwisata. Segmen wisatawan ini bisa berasal dari agama mana saja sehingga kebutuhan mereka pun menyesuaikan dengan agama mereka. Turis muslim ini berkembang menjadi salah satu target pasar yang tumbuh sangat cepat pada dunia pariwisata global, hal ini disebabkan oleh peningkatan populasi turis muslim. Dilihat dari data Global Muslim Travel Index (GMTI) pada tahun 2018 wisatawan muslim internasional jumlahnya menembus angka 131 juta wisatawan di tahun 2017 dan dianggap akan semakin meningkat hingga 156 juta wisatawan di tahun 2020 (Mastercard & CrescentRating, 2019).

Mayoritas populasi wisatawan muslim berasal dari negara dengan pertumbuhan tercepat seperti Indonesia, Turki, Malaysia dan juga negara-negara Timur Tengah (Mastercard & CrescentRating, 2019). Untuk pertama kalinya sejak peluncuran indeks, Malaysia berbagi posisi teratas dengan destinasi lain yaitu Indonesia. Peningkatan pada ranking Indonesia ini telah membuktikan usaha Indonesia dalam meningkatkan layanan industri wisata halal.

TOP 10 OIC DESTINATIONS

RANK	GMTI 2019 RANK	DESTINATION	SCORE	CHANGE
1	1	Malaysia 	78	0
1	1	Indonesia 	78	1
3	3	Turkey 	75	1
4	4	Saudi Arabia 	72	1
5	5	United Arab Emirates 	71	-3
6	6	Qatar 	68	0
7	7	Morocco 	67	3
8	8	Bahrain 	66	0
8	8	Oman 	66	1
10	10	Brunei 	65	1

Gambar 1.1 Top 10 OIC Destinations

Sumber: Mastercard & CrescentRating (2019)

Salah satu alasan mengapa pemasar menargetkan segmen wisatawan muslim karena wisatawan muslim dianggap mempunyai daya beli yang tinggi. Oleh karena itu, pengelola ingin tahu tentang alasan mengapa seorang muslim pergi berwisata dan juga menentukan suatu tujuan tertentu (Battour et al., 2011). Maka dari itu, salah satu sektor pariwisata yang sedang dikembangkan saat ini adalah wisata halal karena sektor ini memiliki perkembangan baik dalam segmentasinya. Wisata ini merupakan wisata yang memberikan layanan kepada wisatawan muslim yang ingin berwisata sesuai dengan syariat Islam, sehingga wisatawan dapat merasa lebih nyaman dan aman dalam berwisata dan dapat menjalankan kewajibannya sebagai muslim sesuai dengan ajaran Islam.

Wisatawan muslim ini tentu saja dapat hadir dari berbagai macam kalangan dengan latar belakang tingkat pendidikan yang berbeda juga. Pendidikan merupakan sebuah proses berubahnya sikap dan perilaku seseorang atau kelompok dalam proses mendewakan manusia melalui usaha pelatihan dan pengajaran. Menurut UU SISDIKNAS No.20 Tahun 2003, pendidikan merupakan

usaha yang dilakukan secara sadar dan terstruktur untuk mencapai suasana belajar dan proses belajar sehingga siswa dapat dengan aktif dalam mengembangkan potensi yang ada pada diri mereka untuk meningkatkan kekuatan spiritual keagamaan, kecerdasan, kepribadian, pengendalian diri, akhlak mulia, dan kemampuan yang dibutuhkan bagi dirinya dan juga masyarakat. Pendidikan merupakan suatu proses yang memiliki tujuan untuk mengembangkan keterampilan, pengetahuan dan meningkatkan rasa mandiri serta untuk membentuk kepribadian seseorang (Arfida, 2003). Pendidikan ini terdiri atas tingkat pendidikan yang telah dikelompokkan sesuai dengan kelompoknya masing-masing berdasarkan kemampuan yang akan dikembangkan. Menurut UU Sisdiknas 2003, tingkat pendidikan formal terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Tingkat pendidikan wisatawan ini akan berpengaruh kepada tingkah laku wisatawan muslim ketika mereka berkunjung ke sebuah destinasi. Wisatawan muslim ini akan semakin berfikir secara kritis ketika memilih destinasi dengan fasilitas dan layanan yang mempertimbangkan kebutuhan spiritualnya.

Menurut Blackwell (2006) bidang perilaku konsumen adalah disiplin baru yang dibentuk oleh kontribusi dari banyak disiplin ilmu lainnya seperti sosiologi dan ekonomi untuk memahami cara konsumen termasuk wisatawan berperilaku. Dalam dunia kepariwisataan, pengertian diatas dapat diartikan sebagai sebuah sikap yang menentukan bagaimana seorang wisatawan berperilaku selama berwisata dari tempat asalnya untuk dapat melengkapi kebutuhan dan keinginannya. Hal ini berfokus pada pembuatan keputusan seorang individu tentang penggunaan sumber daya yang tersedia yaitu waktu, uang dan juga usaha dalam pembelian barang dan jasa yang berhubungan dengan konsumsi. Ada lima tahap pengambilan keputusan: 1) pengakuan kebutuhan; 2) informasi pencarian dan perolehan informasi; 3) evaluasi alternatif, yang melibatkan penilaian pilihan dan mengarah ke pembentukan preferensi dan pembentukan perilaku; 4) keputusan pembelian dan konsumsi aktual; dan 5) perilaku pasca pembelian. Namun, lima tahapan perilaku konsumen ini dapat dikelompokkan kembali menjadi tiga kategori. Wickens (2002) menyatakan bahwa untuk mengidentifikasi perilaku wisatawan dapat dikelompokkan menjadi tiga fase yang saling

berhubungan dengan satu sama lain, yaitu: sebelum berwisata (before travel), selama berwisata (during travel), dan setelah berwisata (after travel). Dalam penelitian ini, dijelaskan bagaimana perilaku wisatawan muslim ketika melakukan perjalanan yang ditinjau dari fase sebelum dan selama bepergian berdasarkan tingkat pendidikan wisatawan.

Dalam laporan Mastercard & CrescentRating (2019) dalam proses memahami behavior wisatawan muslim, pihak destinasi perlu memahami sisi permintaan kebutuhan wisatawan muslim dalam konteks wisata halal. Kebutuhan yang dimaksud adalah destinasi yang *muslim friendly* yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim ketika bepergian ke sebuah destinasi. Atribut yang *muslim friendly* yang diterapkan di beberapa destinasi wisata bisa menjadi *benchmark* untuk destinasi lain yang menargetkan wisatawan muslim dan/atau untuk merokalisasi destinasi sebagai destinasi yang *muslim friendly*. Dilihat dari hubungan asosiatif antara preferensi standar wisata halal dengan niat menginap, maka sangat penting bagi pemerintah untuk benar-benar memperhatikan standar wisata halal yang akan ditetapkan dalam aturan formal. Hal ini dimaksudkan agar standar yang telah dibuat tidak membebani penyelenggara wisata halal dengan memberikan fasilitas atau pelayanan yang tidak dibutuhkan atau bahkan tidak diinginkan oleh wisatawan. Penerapan standardisasi halal kepariwisataan mungkin dapat mengadopsi konsep wisata *muslim friendly*, yaitu konsep yang berupaya memberikan kemudahan beribadah kepada wisatawan muslim namun tanpa memaksa setiap wisatawan untuk mengikuti aturan syariah agama. Konsep ini dapat diterapkan dengan memberikan fasilitas minimal yang memberikan kenyamanan dalam beribadah. (Nurazizah & Rahmafritria, 2021). Selain itu, wisatawan muslim juga akan memiliki kebutuhan yang berbeda yang dibagi menjadi dua kategori yaitu *strictly practicing muslims* dan *less practicing muslims* (Mastercard & CrescentRating, 2019). Meskipun *strictly practicing muslims* ingin sebagian besar kebutuhan mereka dipenuhi selama perjalanan, *less-practicing muslim* akan lebih berfokus pada kebutuhan mendasar seperti komponen makanan halal dan ibadah yang harus dipenuhi. Wisatawan muslim umumnya sama seperti konsumen yang lain, tidak homogen dalam kepatuhan mereka terhadap kebutuhan. Jadi, kebutuhan ini dibagi menjadi 3 kelompok yaitu

need to have, *good to have* dan *nice to have* yang dapat membantu penyedia layanan dalam memberikan implementasi kebutuhan prioritas.



Gambar 1.2 Faith Based Service Needs

Sumber: Global Muslim Travel Index 2019

Pada penelitian sebelumnya, ditemukan bahwa tingkat pendidikan wisatawan ini akan berpengaruh kepada tingkah laku wisatawan ketika mereka berkunjung ke sebuah destinasi (Carneiro, 2013). Menurut (Jensen & Hjalager, 2013), pendidikan sangat erat kaitannya dengan pekerjaan dan pendapatan, karena semakin tinggi latar belakang tingkat pendidikan seseorang miliki maka akan semakin baik pula pekerjaan yang akan diperoleh, sehingga akan mempengaruhi pendapatan seseorang. Diketahui bahwa semakin tinggi pendapatan, semakin besar peluang seseorang untuk mempertahankan gaya hidup mereka, termasuk ketika mereka berwisata ke suatu destinasi tertentu. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelum ini, maka dapat dijelaskan bahwasanya tingkat pendidikan calon wisatawan tidak hanya mempengaruhi preferensi mereka tetapi juga motivasi berwisata, pencarian informasi sebelum membeli, cara pengambilan keputusan, dan pemilihan tujuan tertentu. Berhubungan dengan motif dalam berwisata, dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan wisatawan maka tingkat keterlibatan wisatawan terhadap aktivitas berwisata juga semakin tinggi (Heath & Wall, 1992). Menurut hasil penelitian Carneiro (2013) wisatawan dengan tingkat pendidikan tinggi (pascarsajana) cenderung lebih senang berwisata dengan keluarga mereka, mengeluarkan *budget* yang lebih tinggi, dan relatif lebih tertarik untuk belajar budaya lokal dan berinteraksi dengan masyarakat lokal. Di sisi lain, wisatawan dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah (sekolah

dasar/menengah) cenderung lebih senang berwisata bersama teman dan lebih mempertimbangkan pengeluaran. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku wisatawan dapat berbeda-beda jika dilihat dari tingkat pendidikannya. Penelitian ini dianggap penting untuk peningkatan usaha dalam hal pengelolaan pengembangan produk pariwisata dan adaptasi yang sudah ada sesuai dengan preferensi calon wisatawan. Selain itu, penelitian ini juga penting untuk dapat memahami cara antar kelompok pendidikan yang dianalisis, bagaimana mereka berperilaku saat memilih tujuan perjalanan menjadi penting untuk membentuk kegiatan pemasaran dan alat promosi perjalanan. Penelitian ini dianggap perlu untuk mengidentifikasi apakah terdapat perbedaan perilaku wisatawan muslim ketika melakukan perjalanan wisata dilihat dari tingkat pendidikannya. Berdasarkan hal yang telah dijelaskan tersebut, maka judul yang dibuat pada penelitian ini adalah **“Analisis Perbedaan *Tourist Behavior* Berdasarkan Tingkat Pendidikan Wisatawan Muslim”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana behavior wisatawan tingkat pendidikan dasar/menengah?
2. Bagaimana behavior wisatawan tingkat pendidikan diploma/sarjana?
3. Bagaimana behavior wisatawan tingkat pendidikan Pascasarjana S2/S3?
4. Bagaimana perbedaan behavior wisatawan dilihat dari tingkat pendidikannya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan behavior wisatawan tingkat pendidikan dasar/menengah
2. Mendeskripsikan behavior wisatawan tingkat pendidikan diploma/sarjana
3. Mendeskripsikan behavior wisatawan tingkat pendidikan Pascasarjana S2/S3
4. Menguji dan menganalisis tingkat signifikansi perbedaan behavior wisatawan muslim dilihat dari tingkat pendidikannya

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dituju dari penelitian yang ini adalah:

1. Bagi penulis, penelitian ini bisa memberikan pengalaman, meningkatkan wawasan dan pengetahuan mengenai kepariwisataan serta menjadi media untuk menerapkan ilmu kepariwisataan yang telah diperoleh selama penulis berkuliah di program studi Manajemen Resort dan Leisure UPI;
2. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas kajian ilmu pengetahuan terutama bidang kepariwisataan mengenai perbedaan behavior wisatawan muslim dilihat dari tingkat pendidikannya serta menjadi tambahan sumber referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penelitian

Berikut merupakan sistematika penulisan penelitian yang akan dilakukan disesuaikan dengan Pedoman Penelitian Karya Ilmiah UPI tahun akademik 2018.

1. BAB I – Pendahuluan

Pada bab pendahuluan ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika penulisan.

2. BAB II – Kajian Pustaka

Pada kajian pustaka berisi mengenai kajian teori para ahli maupun penelitian sebelumnya yang terkait dengan tourist behavior dan tingkat pendidikan wisatawan muslim.

3. BAB III – Metode Penelitian

Pada bab metodologi penelitian meliputi metode dan desain penelitian, sampel dan populasi, instrumen penelitian, prosedur penelitian, variabel penelitian, pengumpulan data dan teknik analisis data.

4. BAB IV – Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan pembahasan dari analisis hasil temuan yang telah dilakukan.

5. BAB V – Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Pada bab ini memuat simpulan dari hasil analisis yang ditemukan pada penelitian, implikasi, dan saran yang dapat menjadi rekomendasi bagi pembaca dan penelitian selanjutnya.