

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri pariwisata selalu mengalami pertumbuhan yang konsisten di setiap tahunnya. Hal ini telah diperkirakan oleh *World Tourism Organization* yang menyebutkan bahwa semakin bertambahnya tahun, industri pariwisatapun akan mengalami peningkatan hingga 200% terhadap jumlah kunjungan wisatawan sekarang. Pertumbuhan ini tentu saja memiliki pengaruh yang besar terhadap perekonomian masyarakat setempat, sehingga sektor tersebut menjadi salah satu sektor yang penting untuk dikembangkan, karena bisa meningkatkan devisa di setiap negara termasuk di Indonesia (Utama, 2014).

Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang memiliki sejuta kekayaan yang berpotensi untuk diolah dan dimanfaatkan sebagai sumber penghasilan. Salah satu sektor yang bisa dikembangkan yakni sektor pariwisata. Hal ini dapat dilihat dari beberapa tahun terakhir, kontribusi sektor pariwisata selalu mengalami peningkatan yang signifikan terhadap PDB (Silfia et al., 2021). Undang-undang RI No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan menjelaskan bahwa usaha pariwisata digolongkan ke dalam tiga jenis yaitu usaha jasa pariwisata, perusahaan obyek dan daya tarik wisata, serta usaha sarana pariwisata.

Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu provinsi termaju di Indonesia dalam bidang pariwisata. Hal ini membuat Jawa Barat semakin termotivasi untuk memfokuskan sektor pariwisata sebagai salah satu bagian terpenting dari enam *core business* Provinsi Jawa Barat dalam pembangunan daerahnya (Nurhasan, R. & Wibowo, 2020). Aspek sarana prasarana di bidang pariwisata yang dimiliki oleh Jawa Barat sudah mulai ditingkatkan karena provinsi ini masuk ke dalam 10 daerah favorit tujuan wisata di Indonesia. Jawa Barat diperkirakan memiliki kurang lebih 350 obyek wisata yang tersebar di berbagai kota dan kabupatennya termasuk di Kota Sukabumi. Setiap obyek wisata mempunyai berbagai potensi, seperti sumber daya alam mulai dari gunung, laut, air, pantai dan seni budaya. Sehingga potensi-potensi tersebut dapat dijadikan sebagai inti bisnis pariwisata di Jawa Barat (Aliansyah, H. & Hermawan, 2019).

Sukabumi merupakan salah satu daerah di Jawa Barat yang sedang mengalami perkembangan di bidang pariwisata. Sukabumi terbagi menjadi dua daerah yakni Kabupaten Sukabumi dan Kota Sukabumi. Letak kabupaten Sukabumi memiliki banyak sekali potensi alam dan budaya yang menarik untuk dikembangkan menjadi sebuah objek wisata. Berbagai keragaman yang dimiliki oleh Kabupaten Sukabumi antara lain objek wisata alam Salabintana, Pondok Halimun, Geopark Ciletuh, Ujung Genteng, Situgunung dan Lainnya (Devison et al., 2017). Perkembangan pariwisata ini tentunya di dukung juga oleh meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara serta meningkatnya jumlah investasi di sektor pariwisata (Silfia et al., 2021). Berbeda halnya dengan Kota Sukabumi yang memiliki lokasi ditengah-tengah Kabupaten Sukabumi. Letak geografisnya ini tidak memiliki potensi pembangunan pariwisata alam, sehingga satu-satunya hal yang dapat dikembangkan sebagai produk wisata adalah kebudayaan.

Tabel 1. 1
Kunjungan Wisatawan Sukabumi

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah Kunjungan Wisatawan
2018	30	1.494.205	1.494.235
2019	25.113	788.629	813.742
2020	1.640	680.942	682.582
2021	0	874.089	874.089

Sumber: jabar.bps.go.id

Data kunjungan wisatawan Sukabumi menunjukkan penurunan yang cukup drastis pada tahun 2018-2021. Hal ini disebabkan oleh sebuah fenomena yang menghadirkan wabah virus covid-19 pada tahun 2020. Covid-19 adalah virus global yang awal mulanya ada di kota Wuhan, China pada akhir tahun 2019. Virus ini kemudian menyebar dengan cepat ke berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia. Percepatan penyebarannya membuat pemerintah di seluruh dunia mengambil sebuah keputusan untuk memberlakukan *Lockdown* atau pembatasan sosial. Hal ini mengakibatkan kelumpuhan di berbagai sektor ekonomi terutama Pariwisata. Bahkan, saat ini telah diperkirakan sebanyak 75 juta lapangan pekerjaan pada sektor pariwisata kehilangan omset lebih dari 2,1 triliun US\$ (Silfia et al., 2021). Sebagai bentuk upaya pengembalian kondisi perekonomian yang telah hancur tersebut, sudah sepatutnya pemerintah

Indonesia dan masyarakat bekerja sama untuk membangun kembali sektor pariwisata di Indonesia termasuk di Kota Sukabumi (Rahayu et al., 2021).

Odeon Kampung Naga merupakan salah satu kawasan wisata baru berkonsep pecinan di Kota Sukabumi yang diberi SK oleh kelurahan pada bulan Agustus 2020. Kawasan wisata ini menjadi bukti nyata adanya perkembangan pariwisata di Kota Sukabumi pasca pandemi Covid-19. Tujuan diresmikannya wisata ini yakni untuk menambah destinasi wisata di Kota Sukabumi sekaligus meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Seluruh kegiatan wisata ini digelar di sekitaran Vihara Widhi Sakti yang merupakan ciri khas dari kawasan ini.

Vihara Widhi Sakti atau Kelenteng Bie Hian Kong dibangun pada tahun 1912. Kelenteng ini digunakan sebagai tempat ibadah masyarakat Tionghoa yang tinggal di Kota Sukabumi. Pada saat memasuki masa kemerdekaan terutama saat periode orde lama dan orde baru, pergerakan etnis Tionghoa sangat dibatasi oleh pemerintah. Perlakuan diskriminasi ini menyebabkan ritual sembahyang dan berbagai perayaan dilaksanakan secara tertutup dan terbatas seperti Perayaan Imlek, Cap Go Meh, dan Pek Cun. Perayaan-perayaan tersebut dilarang keras untuk dirayakan di depan umum, sehingga perayaan terbatas hanya di lingkungan keluarga dan Vihara Widhi Sakti. Meskipun etnis Tionghoa mengalami diskriminasi, namun nyatanya kesejahteraan mereka tidak terganggu (Febriani et al., 2021). Bahkan, saat ini adat istiadat Tionghoa telah dijadikan sebagai objek wisata budaya di Kota Sukabumi yakni Wisata Odeon Kampung Naga. Salah satu jenis wisata yang ditawarkan oleh Odeon Kampung Naga adalah wisata kuliner. Wisata kuliner merupakan wisata pelengkap yang sangat berpotensi untuk dikembangkan, karena sejatinya setiap orang yang sedang berwisata pasti membutuhkan asupan pangan (Febriani et al., 2021). Bahkan, terkadang bagi sebagian orang wisata kuliner merupakan alasan mereka melakukan perjalanan wisata.

Tabel 1. 2
Wisata Kuliner di Odeon Kampung Naga

No.	Nama Usaha	Jenis Makanan	Label
1.	Ayam Bakar Bu yani	Masakan Indonesia	Halal
2.	Ayam Goreng Honje Zubi	Masakan Indonesia	Halal
3.	Ayam Goreng Odeon	Masakan Indonesia	Halal
4.	Baraya Galaya	Masakan Sunda	Halal
5.	Baso Goreng Anugrah	Camilan	Halal
6.	Bubur Ayam Acun	Bubur	Halal

No.	Nama Usaha	Jenis Makanan	Label
7.	Bubur Ayam Odeon	Bubur	Halal
8.	Bubur Ayam Reborn	Bubur	Halal
9.	Cakwe Odading Odeon	Camilan	Halal
10.	Cendol Dawet Danalaga	Minuman	Halal
11.	Coffee Garden Sparks Odeon	Kopi dan Camilan	Halal
12.	Dapur Ceu Endut	Aneka Kue dan Masakan	Halal
13.	Dapur Umma Azkha	Masakan Indonesia	Halal
14.	D'kopi Alcanza	Kopi dan Camilan	Halal
15.	Dodongkal Odeon	Camilan	Halal
16.	Kedai C'milan Cafe & Lounge	Kopi dan camilan	Halal
17.	Kedai Mie tek-tek kyoudai	Mie	Halal
18.	Kedai Murni 81 (Seblak Parasmanan)	Camilan dan Mie	Halal
19.	Kedai Seblak Ibu Ike	Camilan	Halal
20.	Ketan Bakar Odeon Abah Udin	Makanan Indonesia	Halal
21.	Kue Ape Odeon	Camilan	Halal
22.	Kue Balok Balik	Kue	Halal
23.	Kue Pancong Odeon	Camilan	Halal
24.	Kupat Sayur Danalaga	Makanan Indonesia	Halal
25.	Mang Asap Odeon	Soto mie	Halal
26.	Martabak Papap Odeon	Makanan Indonesia	Halal
27.	Mie Ayam Danalaga	Mie	Halal
28.	Mie Ayam Sushi Oshin	Mie	Halal
29.	Mie Ayam "Jun"	Mie	Halal
30.	Mie Ayam Dapur Sedap	Mie	Halal
31.	Mie Cekaw	Mie	Halal
32.	Mie Kocok dan Soto 23	Mie	Halal
33.	Nasi Uduk Ayam Goreng	Mie	Halal
34.	Nasi Uduk Kantin BriggoS	Masakan Indonesia	Halal
35.	Odeon 7 (Vinvin Dimsum)	Camilan	Halal
36.	Odeon Kopitiam	Kopi dan Masakan China	Halal
37.	Pempek Odeon	Camilan	Halal
38.	Petis Danalaga	Camilan	Halal
39.	Radya's Snack	Camilan	Halal

No.	Nama Usaha	Jenis Makanan	Label
40.	Roti Priangan Oey Tjiang Lie	Roti	Halal
41.	Sate Maranggi Sawargi	Sate	Halal
42.	Sekoteng Odeon Sukabumi	Minuman	Halal
43.	Siomay Hokkie Odeon	Cemilan	Halal
44.	Solided Rice Bowl	Taiwanese Crispy Chicken	Halal
45.	Soto Mie Mang ECE	Mie	Halal
46.	Warung Nasi Neng Geulis	Masakan Sunda	Halal
47.	Waroeng Mie Mangkok Mas	Mie	Halal
48.	Tao Asian Cuisine Resto	Masakan Asia	Halal
49.	Babi Panggang Ko Bibih	Masakan China	Non Halal
50.	Bakmi Goreng Ook Odeon	Mie	Non Halal
51.	Mie Cinco Danalaga	Masakan China	Non Halal
52.	Mie Goreng Odeon (YATI)	Mie	Non Halal
53.	Mie Oyan Original	Mie	Non Halal
54.	Nasi Campur Klenteng	Masakan Bali	Non Halal
55.	Rumah Makan Odeon 99	Aneka Masakan China	Non Halal
56.	Sate Manis Odeon	Sate	Non Halal
57.	Soto Mie Agih "AAN"	Soto Mie	Non Halal
58.	Soto Mie Klenteng	Soto Mie	Non Halal
59.	Soto Mie Ko Ook Odeon	Lomie	Non Halal
60.	Sumphia Odeon	Camilan	Non Halal

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

(<https://bit.ly/KulinerdiKawasanWisataOdeonKampoengNaga>)

Kuliner yang ditawarkan di kawasan wisata Odeon Kampoeng Naga rata-rata mengusung konsep Tionghoa. Resep masakan Tionghoa kebanyakan menggunakan bahan-bahan seperti daging babi dan minyak babi (Putri, 2022). Agama Islam mengharamkan segala sesuatu yang mengandung babi, hal ini dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 173 yang berbunyi:

أَنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: "Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Akan tetapi,

siapa yang terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”

Meninjau hal tersebut para wisatawan terutama yang beragama muslim perlu mempertimbangkan beberapa faktor dalam melakukan keputusan pembelian makanan di kawasan tersebut. Menurut Kotler & Keller (2016) Keputusan Pembelian merupakan tahapan dimana konsumen sudah mempunyai pilihan dan siap untuk melakukan kegiatan pembelian dengan menukarkan uang dengan hak kepemilikan demi mendapatkan suatu barang atau jasa yang telah dibayarnya. Perilaku konsumen adalah tindakan seseorang maupun kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler & Keller, 2009).

Tabel 1. 3
Data Penduduk Kota Sukabumi Menurut Agama

Kecamatan	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Lainnya
	2021	2021	2021	2021	2021	2021
Baros	37.645	968	243	-	2	1
Cibeureum	43.053	1.039	317	4	92	-
Cikole	59.617	2.141	1.244	6	1.264	9
Citamiang	52.859	863	310	-	275	-
Gunung Puyuh	47.644	1.158	640	25	155	-
Lembursitu	41.421	246	60	-	13	-
Warudoyong	58.241	936	380	5	754	1
Kota Sukabumi	340 480	7.351	3.194	40	2.555	11

Sumber: <https://sukabumikota.bps.go.id>

Berdasarkan tabel 1.3 ditunjukkan bahwa Kota Sukabumi merupakan salah satu daerah yang bermayoritas penduduk Muslim. Akan tetapi berdasarkan hasil wawancara bersama ketua pokdarwis Odeon, wisatawan Odeon Kampung Naga kebanyakan berasal dari etnis tionghoa yang beragama non muslim. Hal ini disebabkan oleh masyarakat Kota Sukabumi yang memang sangat memerhatikan kehalalan dari sebuah produk kuliner. Namun, meskipun begitu masyarakat Kota Sukabumi memiliki rasa toleransi yang tinggi terhadap sesama sehingga mereka selalu menghadiri kegiatan wisata kesenian yang ditawarkan oleh Odeon Kampoeng

Naga pada perayaan-perayaan tertentu sebagai bentuk apresiasi serta masih memperbolehkan keberadaan kuliner non halal untuk dijual dikawasan wisata Odeon (Rahmatullah, 2017).

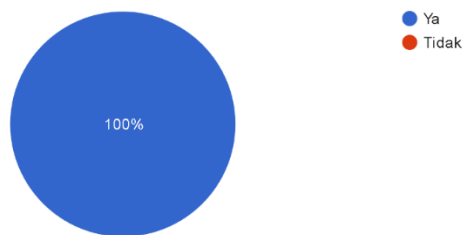
Keberadaan kuliner non halal yang dijual di kawasan wisata Odeon tentu saja membuat masyarakat Kota Sukabumi khawatir dalam hal mengonsumsi makanan dan minuman yang ada disana. Kesadaran yang ada dalam diri seorang muslim akan pentingnya kehalalan sebuah makanan dan minuman menimbulkan suatu persepsi terhadap kuliner yang ada di kawasan wisata Odeon Kampung Naga. Persepsi tersebut muncul dari sebuah keyakinan yang mereka anut. Menurut Muflih dalam Elvira (2016) persepsi konsumen muslim dapat diartikan sebagai pandangan seorang konsumen terhadap realita yang dikendalikan oleh petunjuk syariah yakni Al-Qur'an dan As-Sunnah. Persepsi konsumen muslim sangat dipengaruhi oleh pengalaman, kebutuhan, nilai-nilai yang diyakini, serta ekspektasi/pengharapan yang dibayangkan oleh seseorang (Juairiah *et al.*, 2017). Dalam islam, konsumen muslim hanya diperbolehkan mengonsumsi segala sesuatu yang halal termasuk kuliner.

Halal dan haram dalam Islam merupakan bagian dari sebuah ketentuan syariah yang saling bertentangan. Halal mengarah kepada hal-hal yang diperbolehkan, sedangkan haram mengarah kepada hal-hal yang tidak diperbolehkan. Sudut pandang seorang muslim terhadap kehalalan suatu produk sudah menjadi sebuah keyakinan. Setiap seorang muslim hanya diperbolehkan mengonsumsi makanan dan minuman yang halal dan *thayyib* (menyehatkan) agar menjadi berkah dan sehat bagi manusia (Al-Bara & Nasution, 2018). Hal ini ditegaskan juga dalam Al-quran surat Al-maidah ayat 88 yang berbunyi:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: “Makanlah apa yang telah Allah anugerahkan kepadamu sebagai rezeki yang halal lagi baik (*thayyib*), dan bertakwalah kepada Allah yang hanya kepada-Nya kamu beriman.

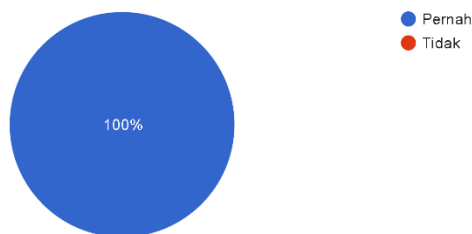
Semakin menjamurnya industri kuliner dalam dunia bisnis, membuat konsumen Muslim tidak hanya menjadikan kehalalan sebagai tolak ukur dalam membeli barang, tetapi juga indikator-indikator lainnya seperti harga. Harga menjadi salah satu alasan yang dijadikan pertimbangan seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Menurut Fure (2013) Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan oleh seseorang untuk memiliki dan menggunakan suatu produk atau jasa.



Gambar 1. 1. Diagram responden yang mengetahui keberadaan kawasan wisata kuliner Odeon Kampung Naga

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

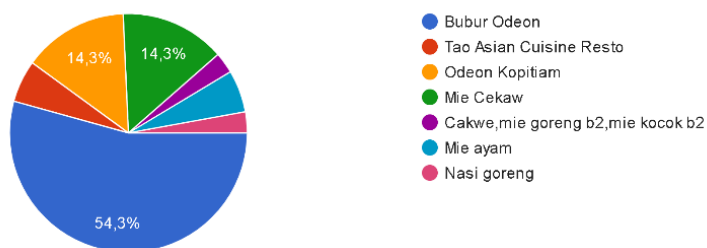
Diagram diatas menunjukkan 100% responden yang terdiri dari 35 orang mengetahui adanya kawasan wisata kuliner Odeon Kampung Naga di Kota Sukabumi.



Gambar 1. 2. Diagram responden yang pernah membeli makanan di Kawasan Wisata Odeon Kampung Naga

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Diagram diatas menunjukkan 100% responden yang terdiri dari 35 orang pernah membeli makanan di kawasan wisata kuliner Odeon Kampung Naga Kota Sukabumi.

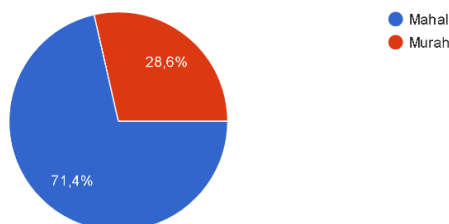


Gambar 1. 3. Diagram aneka ragam makanan yang pernah dibeli oleh responden di kawasan wisata Odeon Kampung Naga

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Diagram diatas menunjukkan 54,3% responden dari keseluruhan pernah membeli makanan di bubur Odeon, 14,3% dari keseluruhan pernah membeli makanan di Odeon Kopitiam, dan 14,3% dari keseluruhan responden pernah membeli makanan di mie cekaw, dan

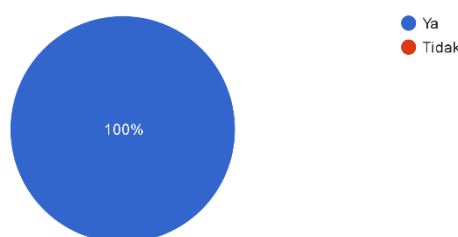
17,1% dari keseluruhan responden lainnya pernah membeli makanan di Tao Asian Cuisine Resto, cakwe, mie goreng, mie kocok, mie ayam, dan nasi goreng.



Gambar 1. 4. Diagram responden terkait persepsi harga makanan yang ditawarkan di kawasan wisata Odeon Kampung Naga

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Diagram diatas menunjukkan 71,4% responden atau sebanyak 25 orang dari keseluruhan menganggap harga makanan di kawasan wisata Odeon Kampung Naga mahal, sedangkan 20% lainnya sebanyak 10 orang menganggap murah.



Gambar 1. 5. Diagram responden terkait kekhawatirannya terhadap label makanan di kawasan wisata Odeon Kampung Naga

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Diagram diatas menunjukkan 100% responden yang terdiri dari 35 orang merasa khawatir produk yang mereka beli di kawasan wisata odeon kampung naga tidak berlabel halal. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Konsumen Muslim dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Halal di Kawasan Wisata Odeon Kampung Naga Kota Sukabumi”.

1.2 Rumusan Masalah

Penulis merumuskan beberapa permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen muslim terhadap kuliner di kawasan wisata Odeon Kampung Naga Kota Sukabumi?
2. Bagaimana harga mempengaruhi keputusan pembelian kuliner halal di kawasan wisata Odeon Kampung Naga Kota Sukabumi?

3. Bagaimana persepsi konsumen muslim dan harga mempengaruhi keputusan pembelian kuliner halal di kawasan wisata Odeon Kampung Naga Kota Sukabumi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi persepsi konsumen muslim terhadap kuliner di kawasan wisata Odeon Kampung Naga Kota Sukabumi.
2. Untuk menganalisa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kuliner halal yang ada di kawasan wisata Odeon Kampung Naga Kota Sukabumi.
3. Untuk mengidentifikasi bagaimana persepsi konsumen muslim dan harga mempengaruhi keputusan pembelian kuliner halal di kawasan wisata Odeon Kampung Naga Kota Sukabumi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini tentunya diharapkan mampu memberikan banyak manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Manfaat hasil penelitian ini bagi peneliti diharapkan dapat menjadi salah satu bahan informasi, serta sumber referensi untuk menambah ilmu pengetahuan terutama dalam hal mengembangkan wisata kuliner.

2. Secara Praktisi

a. Bagi Kota Sukabumi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Kota Sukabumi dalam membangun kawasan wisata yang halal terutama dalam bidang kuliner agar semakin menarik dan terpercaya.

b. Bagi Kawasan Wisata Odeon Kampung Naga Kota Sukabumi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu mengevaluasi kawasan wisata Odeon Kampung Naga Kota Sukabumi akan pentingnya penerapan pariwisata halal di Kota Sukabumi tanpa menghilangkan ciri khas pecinan di kawasan wisatanya.

c. Bagi Pelaku Usaha Kuliner di Kawasan Wisata Odeon Kampung Naga Kota Sukabumi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu bahan evaluasi bagi seluruh pelaku usaha khususnya dibidang kuliner dalam hal

memerhatikan pentingnya label makanan halal dengan pertimbangan mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama islam, sehingga perkembangan wisata kuliner akan semakin baik dan terpercaya.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai pengaruh persepsi konsumen muslim dan harga terhadap keputusan pembelian sebuah produk serta untuk dijadikan sebagai acuan teori bagi penelitian-penelitian selanjutnya.