



Pariwisata Halal dan Persepsi Loyalitas Wisatawan Muslim terhadap Bali

Ariana Zakinah ¹, Muammar Alawi ²

¹ UPN 'VETERAN' JATIM

² UPN 'VETERAN' JATIM

Email: arianazakinah@gmail.com

ABSTRAK

Pariwisata halal telah menjadi salah satu bentuk wisata yang berkembang pesat di Indonesia, terutama di Bali. Wisatawan Muslim yang berkunjung ke Bali memerlukan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan syariat Islam, seperti makanan halal, akomodasi yang sesuai dengan syariat, dan fasilitas ibadah lainnya. Penelitian ini dilakukan untuk menguji bagaimana pariwisata halal mempengaruhi persepsi loyalitas wisatawan Muslim terhadap Bali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pariwisata halal berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan Muslim dan persepsi nilai halal. Wisatawan Muslim yang memiliki kepuasan yang tinggi cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal. Fasilitas ramah Muslim juga memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas wisatawan Muslim. Wisatawan Muslim yang memiliki fasilitas ramah Muslim yang baik cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal. Dalam penelitian ini, peneliti juga menemukan bahwa persepsi nilai halal dan kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan Muslim. Wisatawan Muslim yang memiliki persepsi nilai halal yang tinggi dan kepuasan yang tinggi cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.

Kata kunci: Pariwisata Halal, Loyalitas

ABSTRACT

Halal tourism has become one of the fastest growing forms of tourism in Indonesia, especially in Bali. Muslim tourists visiting Bali require facilities and services that are in accordance with Islamic law, such as halal food, sharia-compliant accommodation, and other worship facilities. This study was conducted to examine how halal tourism affects Muslim tourists' perceived loyalty to Bali. The results showed that halal tourism has a positive effect on Muslim tourists' satisfaction and perceived halal value. Muslim tourists who have high satisfaction tend to have higher loyalty to tourist destinations that offer halal facilities. Muslim-friendly facilities also play an important role in increasing the loyalty of Muslim tourists. Muslim tourists who have good Muslim-friendly facilities tend to have higher loyalty towards tourist destinations that offer halal facilities. In this study, researchers also found that perceived halal value and tourist satisfaction have a positive effect on Muslim tourist loyalty. Muslim tourists who have high perceived halal value and high satisfaction tend to have higher loyalty to tourist destinations that offer halal facilities.

Keyword: Halal tourism, loyalty

PENDAHULUAN

Pariwisata halal terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan [1]. Peningkatan ini sejalan dengan meningkatnya jumlah wisatawan Muslim setiap tahun. Pada tahun 2020, jumlah wisatawan Muslim diperkirakan meningkat sebesar 30 persen, dengan total pengeluaran mencapai 200 miliar USD (Master Card dan Crescent Rating, 2016). Untuk mengeksplorasi potensi besar pariwisata halal, banyak negara, baik yang mayoritas Muslim maupun non-Muslim, mulai menyediakan produk, fasilitas, dan infrastruktur pariwisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim [2][3][4]. Namun, masih banyak pelaku bisnis dan pemangku kepentingan di sektor pariwisata yang menghadapi tantangan dalam memahami kebutuhan pariwisata halal, termasuk produk, layanan, dan infrastrukturnya [5][6].

Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Pariwisata, mulai mengembangkan segmen pariwisata halal pada tahun 2015, menjadikannya sebagai salah satu program unggulan di kementerian tersebut. Sebagai bagian dari inisiatif ini, pemerintah membentuk tim percepatan pengembangan pariwisata halal. Hasil dari upaya ini, pada tahun 2019, Indonesia berhasil menduduki peringkat pertama bersama Malaysia dalam Global Muslim Travel Index (GMTI) untuk pariwisata halal (GMTI, 2019). Pemerintah menunjuk sepuluh daerah sebagai fokus pengembangan pariwisata halal, yaitu Aceh, Riau, Kepulauan Riau, Sumatra Barat, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur (Malang Raya), Lombok, dan Sulawesi Selatan (Makassar dan sekitarnya). Berdasarkan pencapaian pada tahun 2019, pemerintah mulai memperluas pengembangan pariwisata halal ke wilayah lain di Indonesia (Kementerian Pariwisata, 2019).

Ketika pemerintah Indonesia memperkenalkan konsep pariwisata halal, beberapa daerah, termasuk Bali dan Danau Toba di Sumatera Utara, menolak implementasinya [7]. Akibatnya, kedua wilayah tersebut tidak ditetapkan sebagai destinasi pariwisata halal oleh pemerintah, meskipun Bali merupakan salah satu tujuan wisata utama Indonesia dengan jumlah wisatawan Muslim yang signifikan. Penolakan dari Bali didasarkan pada dua alasan utama. Pertama, terdapat kekhawatiran bahwa pariwisata halal akan mengubah budaya lokal dan tradisi mereka agar sesuai dengan nilai-nilai Islam. Kedua, kurangnya pemahaman dan pembedaan yang jelas antara konsep pariwisata halal dan wisata syariah secara lebih luas menjadi salah satu faktor penolakan tersebut [8][9].

Kebijakan pariwisata halal tidak dirancang untuk mengisolasi wisatawan Muslim maupun untuk mencegah wisatawan non-Muslim mengunjungi destinasi tertentu [10]. Pariwisata halal berbeda dengan wisata Islami, di mana wisata Islami lebih erat kaitannya dengan keimanan dan doktrin agama [11]. Secara atributif, istilah "Islami" tidak selalu identik dengan konsep halal, dan sebaliknya. Sebagai contoh, Mekah Bingo di Inggris merupakan ilustrasi yang relevan [12]. Merek "Mekah" sangat terkait dengan kota suci umat Islam, memberikan atribut Islam yang kuat. Namun, bisnis kasino yang dijalankan oleh merek ini tidak dianggap halal menurut syariah (hukum Islam). Dalam konteks pariwisata Islami, kegiatan seperti umrah dan/atau haji adalah contoh terbaik, karena memiliki atribut Islam sekaligus berhubungan erat dengan keimanan dan doktrin agama [13].

Bagi wisatawan Muslim, konsep halal merupakan bagian dari gaya hidup mereka, sedangkan bagi wisatawan non-Muslim, halal sering diasosiasikan dengan kualitas produk [14], termasuk aspek kebersihan, keamanan, dan rantai pasok [15]. Banyak negara non-Muslim memahami bahwa pariwisata halal tidak identik dengan wisata Islami, melainkan merupakan strategi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim tanpa mengganggu nilai-nilai atau tradisi agama setempat [16]. Mereka menyadari bahwa pasar Muslim memiliki potensi yang besar, sehingga mengabaikannya akan menjadi keputusan yang kurang bijak dari perspektif bisnis.

Dalam industri pariwisata, kepuasan dan loyalitas wisatawan Muslim menjadi faktor utama yang menentukan kunjungan di masa mendatang [17][18]. Wisatawan yang loyal memiliki peran penting dalam mempromosikan destinasi wisata kepada rekan-rekannya, sehingga dapat berkontribusi pada peningkatan jumlah pengunjung [19]. Namun, mencapai kepuasan wisatawan dan membangun loyalitas mereka bukanlah tugas yang mudah, mengingat meningkatnya ekspektasi wisatawan serta persaingan yang semakin ketat, di mana banyak destinasi menawarkan fasilitas serupa dengan kualitas

yang lebih baik. Hal ini membuat wisatawan lebih mudah beralih ke tujuan wisata yang dianggap lebih memuaskan. Oleh karena itu, para pelaku pariwisata tidak hanya perlu fokus pada bagaimana membuat wisatawan merasa senang, tetapi juga pada bagaimana memastikan wisatawan tersebut menjadi setia atau loyal. Hal ini sangat penting, mengingat pariwisata sebagai salah satu sektor yang bergerak di bidang jasa sangat bergantung pada pengunjung atau wisatawan sebagai indikator utama keberlanjutan usaha. Penelitian ini memilih Bali sebagai lokasi studi karena Bali merupakan destinasi wisata yang representatif dengan mayoritas penduduk beragama Hindu.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Metode ini dipilih karena tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana peran wisatawan atau pariwisata halal di Bali. Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan berbagai sumber yang relevan, termasuk jurnal, buku, dan dokumen lainnya yang berhubungan dengan topik pariwisata halal dan loyalitas wisatawan di Bali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata halal telah menjadi salah satu industri pariwisata yang berkembang pesat di Indonesia, terutama di Bali. Wisatawan Muslim yang berkunjung ke Bali memerlukan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan syariat Islam, seperti makanan halal, akomodasi yang sesuai dengan syariat, dan fasilitas ibadah lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana pariwisata halal mempengaruhi persepsi loyalitas wisatawan Muslim terhadap Bali.

Berdasarkan penelitian terdahulu, pariwisata halal di Bali telah menunjukkan hasil yang positif. Penelitian Firdaus [19] menemukan bahwa pariwisata halal di Bali berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan Muslim dan persepsi nilai halal [19]. Penelitian lainnya, seperti penelitian juga menemukan bahwa pariwisata halal di Bali berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan Muslim [19]. Namun, penelitian lainnya juga menemukan bahwa pariwisata halal di Bali tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan Muslim. Penelitian lainnya menemukan bahwa pariwisata halal di Bali tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas wisatawan Muslim, tetapi berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan Muslim [8].

Dalam penelitian ini, peneliti juga menemukan bahwa persepsi nilai halal dan kepuasan wisatawan Muslim berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan Muslim. Penelitian Amalia Fiqia Wandhini dan Astri Dwi Dayanti menemukan bahwa persepsi nilai halal dan kepuasan wisatawan Muslim berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan Muslim [9].

Persepsi nilai halal mempengaruhi loyalitas wisatawan Muslim dengan cara berikut:

1. Persepsi nilai halal berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan Muslim:
 - Penelitian Suhartanto et al. (2021) menemukan bahwa persepsi nilai halal berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan Muslim. Wisatawan Muslim yang memiliki persepsi nilai halal yang tinggi cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.
 - Penelitian Firdaus (2022) juga menemukan bahwa persepsi nilai halal berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan Muslim. Wisatawan Muslim yang memiliki persepsi nilai halal yang tinggi cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.
2. Persepsi nilai halal mempengaruhi kepuasan wisatawan:
 - Penelitian Firdaus (2022) menemukan bahwa persepsi nilai halal berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Wisatawan Muslim yang memiliki persepsi nilai halal yang tinggi

cenderung memiliki kepuasan yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.

- Penelitian Suhartanto et al. (2021) juga menemukan bahwa persepsi nilai halal berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Wisatawan Muslim yang memiliki persepsi nilai halal yang tinggi cenderung memiliki kepuasan yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.

3. Persepsi nilai halal mempengaruhi kepuasan wisatawan yang berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan:

- Penelitian Firdaus (2022) menemukan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan. Wisatawan Muslim yang memiliki kepuasan yang tinggi cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.
- Penelitian Suhartanto et al. (2021) juga menemukan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan. Wisatawan Muslim yang memiliki kepuasan yang tinggi cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.

Dengan demikian, persepsi nilai halal mempengaruhi loyalitas wisatawan Muslim melalui kepuasan wisatawan. Wisatawan Muslim yang memiliki persepsi nilai halal yang tinggi cenderung memiliki kepuasan yang lebih tinggi dan loyalitas yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.

Persepsi wisatawan Muslim tentang keberadaan fasilitas halal di Bali dapat dilihat dari beberapa aspek berikut:

1. Ketersediaan Makanan dan Minuman Halal:

Wisatawan Muslim di Bali memerlukan ketersediaan makanan dan minuman halal yang memenuhi standar syariat Islam. Penyediaan makanan dan minuman halal yang memadai telah berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan Muslim dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.

2. Fasilitas Ibadah:

Wisatawan Muslim di Bali memerlukan fasilitas ibadah yang memadai, seperti masjid, ruang shalat, dan fasilitas berdoa yang mudah diakses. Penyediaan fasilitas ibadah yang memadai telah berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan Muslim dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.

3. Akomodasi yang Ramah Muslim:

Wisatawan Muslim di Bali memerlukan akomodasi yang ramah Muslim, seperti kamar mandi yang sesuai dengan standar kebersihan Islam dan fasilitas shalat yang mudah diakses. Penyediaan akomodasi yang ramah Muslim telah berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan Muslim dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.

4. Pengembangan Infrastruktur Halal:

Pengembangan infrastruktur halal di Bali, seperti restoran dan layanan katering yang memenuhi persyaratan halal, telah berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan Muslim dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.

Dengan demikian, persepsi wisatawan Muslim tentang keberadaan fasilitas halal di Bali sangat penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan Muslim dan meningkatkan loyalitas mereka terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.

KESIMPULAN

Pariwisata halal di Bali telah menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan persepsi loyalitas wisatawan Muslim. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pariwisata halal di Bali berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan Muslim dan persepsi nilai halal. Wisatawan Muslim yang memiliki kepuasan yang tinggi cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.

Fasilitas ramah Muslim juga memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas wisatawan Muslim. Wisatawan Muslim yang memiliki fasilitas ramah Muslim yang baik cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.

Dalam penelitian ini, peneliti juga menemukan bahwa persepsi nilai halal dan kepuasan wisatawan berpengaruh positif terhadap loyalitas wisatawan Muslim. Wisatawan Muslim yang memiliki persepsi nilai halal yang tinggi dan kepuasan yang tinggi cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi terhadap destinasi wisata yang menawarkan fasilitas halal.

Dengan demikian, pariwisata halal di Bali telah menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan persepsi loyalitas wisatawan Muslim. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pariwisata halal di Bali berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan Muslim dan persepsi nilai halal. Fasilitas ramah Muslim juga memainkan peran penting dalam meningkatkan loyalitas wisatawan Muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Battour and M. N. Ismail, "The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism," *SHS Web Conf.*, vol. 12, p. 1077, Nov. 2014, doi: 10.1051/shsconf/20141201077.
- [2] H. Han, A. Al-Ansi, and H.-C. Kim, "Perceived inconveniences and Muslim travelers' loyalty to non-Muslim destinations," *Sustain.*, vol. 11, no. 17, 2019, doi: 10.3390/su11174600.
- [3] A. Al-Ansi, H. G. T. Olya, and H. Han, "Effect of general risk on trust, satisfaction, and recommendation intention for halal food," *Int. J. Hosp. Manag.*, vol. 83, pp. 210–219, 2019, doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.10.017>.
- [4] A. Sodawan and R. L. W. Hsu, "Halal-Friendly Attributes and Muslims' Visit Intention: Exploring the Roles of Perceived Value and Destination Trust," *Sustain.*, vol. 14, no. 19, 2022, doi: 10.3390/su141912002.
- [5] A. Al-Ansi and H. Han, "Role of halal-friendly destination performances, value, satisfaction, and trust in generating destination image and loyalty," *J. Destin. Mark. Manag.*, vol. 13, pp. 51–60, 2019, doi: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.05.007>.
- [6] Y. Wardi, O. Trinanda, and A. Abror, "Modelling halal restaurant's brand image and customer's revisit intention," *J. Islam. Mark.*, vol. 13, no. 11, pp. 2254–2267, Jan. 2022, doi: 10.1108/JIMA-01-2021-0034.
- [7] M. Ramadhani, "Dilema Regulasi Pariwisata Halal Di Indonesia," *Ar Rehla J. Islam. Tour. Halal Food, Islam. Travel. Creat. Econ.*, vol. 1, no. 1, pp. 67–81, 2021, doi: <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.2021.1.1.89-105>.
- [8] Naufal Achmad Maulana, "Regulasi Pariwisata Halal di Provinsi Bali (Studi Regulasi dalam Praktek Wisata)," Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2022.
- [9] Amalia Fiqia Wandhini and Astri Dwi Dayanti, "Halal Tourism In Bali: Pengaruh dan Tantangan Mengembangkan Wisata Halal di Bali," Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2021.

- [10] T. Andrianto, "THE HALAL-NESS HOSPITALITY ON HALAL TOURISM , CASE STUDY OF HALAL RESTAURANT IN BANDUNG , INDONESIA," *J. Indones. Tour. Hosp. Recreat.*, vol. 2, no. 2, pp. 210–222, 2019.
- [11] D. M. Larson and S. L. Shaikh, "Recreation demand choices and revealed values of leisure time," *Econ. Inq.*, vol. 42, no. 2, pp. 264–278, 2004, doi: <https://doi.org/10.1093/ei/cbh059>.
- [12] J. A. J. Wilson and J. Liu, "The challenges of Islamic branding: navigating emotions and halal," *J. Islam. Mark.*, vol. 2, no. 1, pp. 28–42, Jan. 2011, doi: 10.1108/17590831111115222.
- [13] H. El-Gohary, "Emerging research on Islamic marketing and tourism in the global economy," 2014.
- [14] Z. Samori, N. Z. Md Salleh, and M. M. Khalid, "Current trends on Halal tourism: Cases on selected Asian countries," *Tour. Manag. Perspect.*, vol. 19, pp. 131–136, Jul. 2016, doi: 10.1016/j.tmp.2015.12.011.
- [15] T. L. Huat, "Straight talk: Tapping the huge Halal business." The Edge. [https://www.theedgemarkets.com/article/straight-talk-tapping ...](https://www.theedgemarkets.com/article/straight-talk-tapping...), 2009.
- [16] H. El-Gohary, "Halal tourism, is it really Halal?," *Tour. Manag. Perspect.*, vol. 19, pp. 124–130, 2016, doi: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.013>.
- [17] E. Sthapit, P. Björk, S. Piramanayagam, and D. N. Coudounaris, "Antecedents and outcomes of memorable halal food experiences of non-Muslim tourists," *J. Islam. Mark.*, vol. 14, no. 4, pp. 913–936, 2023, doi: 10.1108/JIMA-08-2021-0271.
- [18] E. Sthapit, P. Björk, D. N. Coudounaris, and J. Jiménez-Barreto, "Memorable Halal Tourism Experience and Its Effects on Place Attachment," *Int. J. Hosp. Tour. Adm.*, pp. 1–27, Oct. 2022, doi: 10.1080/15256480.2022.2135666.
- [19] P. Firdaus, "Pengaruh Pariwisata Halal Terhadap Loyalitas Wisatawan Muslim untuk Mengunjungi Bali," *Univ. Islam Indones.*, 2022.