ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN MUSLIM TERHADAP LAYANAN WISATA RAMAH MUSLIM : STUDI PADA AGEN TRAVEL MUSLIM DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Analysis of Muslim Tourist Perception of Towards Muslim-Friendly Tourism Services : A Study of Muslim Travel Agents in the Special Region of Yogyakarta

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Acc Skripsi 12 September 2024
Anom Garbo, S.E.I, M.E

Disusun Oleh:

AJENG YULIA PUTRI
NIM. 20423139

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Ajeng Yulia Putri
NIM	: 20423139
Program Studi	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi	: Analisis Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Layanan Wisata Ramah Muslim : Studi pada Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 12 Sepember 2024



Ajeng Yulia Putri

NOTA DINAS

Yogyakarta, 04 Maret 2024 M

23 Sya'ban 1445 H

Hal : Skripsi

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dengan surat nomor: 472/Dek/60/DAATI/FIAI/III/2024 tanggal 19 Maret 2024 M, 9 Ramadhan 1445 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Ajeng Yulia Putri
NIM : 20423139
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Analisis Persepsi Wisatawan Muslim terhadap Layanan Wisata Ramah Muslim : Studi pada Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing



Anom Garbo, S.E.I., ME.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa	:	Ajeng Yulia Putri
NIM	:	20423139
Judul Skripsi	:	Analisis Persepsi Wisatawan Muslim terhadap Layanan Wisata Ramah Muslim : Studi pada Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta

Menyatakan bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 September 2024

Anom Garbo, S.E.I., ME.

LEMBAR PENGESAHAN

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM
Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah diujikan dalam Sidang Skripsi Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Senin
Tanggal	:	30 September 2024
Judul Skripsi	:	Analisis Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Layanan Wisata Ramah Muslim : Studi pada Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta
Disusun oleh	:	AJENG YULIA PUTRI
Nomor Mahasiswa	:	20423139

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing	:	Anom Garbo, SEI, ME (.....)
Penguji I	:	Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. (.....)
Penguji II	:	Fitri Eka Aliyanti, SHI., MA (.....)

Yogyakarta, 8 Oktober 2024

Dr. [illegible] Asmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil ‘Alamin, Puji syukur kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan nikmat, karunia, kesehatan, kekuatan lahir dan bathin, kecukupan segalanya serta rahmat yang selalu tercurah kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir penelitian ini dengan baik. Sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pentunjuk kehidupan manusia dan kita selalu berharap syafaatnya di hari akhir kelak.

Ucapan terimakasih yang tak terhingga penulis ucapkan kepada kedua orang tua tersayang, Almarhum Bapak H.Ajat Sudrajat dan Ibu Iis Aisah serta Bapak Miftahuddin sebagai ayah sambung untuk penulis yang senantiasa membimbing, mendidik, mendoakan penulis dengan penuh keikhlasan dan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kepada adik penulis, Anisa Qisty Rahmadina. Terimakasih telah menjadi saudara yang baik, penyayang dan menjadi penyemangat bagi penulis, semoga kita senantiasa saling menjaga dan saling menyayangi selamanya.

Terima kasih kepada seluruh dosen di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia terutama kepada dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah membimbing, mendidik, dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat sejak awal perkuliahan hingga saat ini. Semoga penulis dapat mengamalkan semua ilmu yang telah diberikan dengan sebaik-baiknya.

MOTTO

“Agar kamu tidak putus asa atas apa yang luput darimu, dan tidak bersenan-senang atas apa yang diberikan kepadamu” (QS. Al-Hadid : 23)

“Apabila sesuatu yang kau senangi tidak terjadi, maka senangilah apa yang terjadi” (Ali bin Abi Thalib)

“Belajarlah mengucap syukur dari hal-hal baik di hidupmu. Belajarlah menjadi kuat dari hal-hal buruk dihidupmu” (B.J Habibie)

ABSTRAK

ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN MUSLIM TERHADAP LAYANAN WISATA RAMAH MUSLIM : STUDI PADA AGEN TRAVEL MUSLIM DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

AJENG YULIA PUTRI

20423139

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi wisatawan muslim terhadap layanan wisata ramah muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data, melalui wawancara mendalam dan observasi.Informan penelitian terdiri dari wisatawan muslim yang telah menggunakan layanan agen travel halal. Penelitian ini mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap layanan halal, seperti kesesuaian syariah, kenyamanan, kualitas layanan, serta kepercayaan terhadap agen perjalanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisata muslim cenderung memilih agen perjalanan yang menawarkan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam, khususnya terkait dengan makanan halal, fasilitas ibadah, serta destinasi wisata yang ramah muslim. Persepsi positif muncul ketika agen perjalanan mampu memenuhi ekspektasi wisatawan terkait aspek-aspek tersebut. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan industri pariwisata ramah muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta, serta menawarkan wawasan bagi agen travel dalam mementingkan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan wisatawan muslim.

Kata Kunci: Wisatawan Muslim, Agen Layanan Perjalanan Halal, Persepsi, Pariwisata ramah muslim, Daerah Istimewa Yogyakarta.

ABSTRACT

ANALYSIS OF MUSLIM TOURIST PERCEPTION TOWARDS HALAL TRAVEL AGENT SERVICES: A STUDY OF MUSLIM TRAVEL AGENTS IN THE SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA

AJENG YULIA PUTRI

20423139

This study aims to analyze the perception of Muslim tourists towards halal travel agent services in the Special Region of Yogyakarta. The method used in this study is a qualitative approach with data collection techniques, through in-depth interviews and observations. The research informants consisted of Muslim tourists who had used halal travel agent services. This study explores the factors that influence tourists' perceptions of halal services, such as sharia compliance, comfort, service quality, and trust in travel agents. The results of the study indicate that Muslim tourists tend to choose travel agents that offer services that are in accordance with Islamic principles, especially related to halal food, prayer facilities, and Muslim-friendly tourist destinations. Positive perceptions arise when travel agents are able to meet tourists' expectations regarding these aspects. This study contributes to the development of the halal tourism industry in the Special Region of Yogyakarta, as well as offering insights for travel agents in prioritizing services that are more in line with the needs of Muslim tourists.

Keywords: Muslim Tourists, Halal Travel Agents, Perception, Halal Tourism, Special Region of Yogyakarta.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Pendahuluan

Penelitian Transliterasi Arab – Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama. Badan Litbang Agama. Yang pelaksanaanya dimulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik,hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pemikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab – Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab dipergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadist), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf Latin untuk menuliskan bahasanya. Karena Ketiadaan pedoman uang baku, yang dapat dipergunakan untuk umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab – Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara Nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas,Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab – Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan, M. A, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunai, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno, M.Ed.

Dalam pidato pengarahan Tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Pengetahuan Keislaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman Transliterasi Arab–Latin yang baku telah lama didambakan karena sangat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak Semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan Instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan,sangat memerlukan pedoman yang baku tentang Transliterasi Arab-Latin yang dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda- beda,Usaha penyeragamannya sudah pernah di coba,baik oleh instansi maupun perorangan,namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh,di pakai oleh seluruh umat islam di Indonesia. Oleh karena itu dalam usaha mencapai keseragaman,seminar menyepakati adanya pedoman Transliterasi Arab – Latin baku yang dikuatkan denagan suatu Surat Keputusan Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk di gunakan secara Nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf- huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fenom satu lambang”.
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab – Latin

Hal-hal yang dirumuskan sacara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi:

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf,dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẑal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	,,ain	‟	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

2. Vokal (tunggal dan rangkap)

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...◌َيْ	Fathah dan ya	Ai	a dan i

...وَْ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ Kataba
- فَعَلَ Fa'ala
- سُئِلَ Suila
- كَيْفَ Kaifa
- حَوْلَ Haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...اَ...ىَ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
...ِي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
...ُو	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ Qāla
- رَمَى Ramā
- قِيلَ Qīla
- يَقُوْلُ Yaqūlu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُالأَطْفَ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- اَلْمَدِيْنَةُالْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةْ talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ Nazzala
- اَلْبِرّ al-birr

6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- اَلرَّجُلُ ar-rajulu
- اَلْقَلَمُ al-qalamu
- اَلشَّمْسُ asy-syamsu
- اَلْجَلُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَـَٔخُذُ ta'khużu
- شَيْـًٔ syai'un
- اَلنَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
  Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- اَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ اَلْعٰلَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-ālamīn/
  Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- اَلرَّحْمٰنِ اَلرَّحِيمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اَللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الأُمُوْرُ جَمِيْعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

الْحَمْدُ لله رَبِّ الْعَالَمِيْنَ، وَالصَّلاَةُ وَالسَّلاَمُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ، وَعَلَى أله وَأَصْحَابِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّيْنِ، أَمَّا بَعْدُ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Layanan Wisata ramah muslim : Studi Pada Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta." Sholawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman serta petunjuk di setiap kehidupan manusia.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak baik berupa nasihat, motivasi, kritik, maupun saran. Untuk itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya dan rektor-rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Kepala Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, L.c, M.E., selaku Kepala Program Studi Ekonomi Islam.
5. Bapak Anom Garbo, S.E.I, M.E., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan arahan dan bimbingan selama peroses penulisan

skripsi, sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar dan tercapai dengan baik.

6. Seluruh Dosen beserta Staf Program Studi Ekonomi Islam yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam.
7. Kepada pihak Travel dan seluruh responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk sesi wawancara secara langsung.
8. Teristimewa kepada cinta pertama sekaligus panutan bagi penulis Bapak H. Ajat Sudrajat serta Bapak Miftahuddin, dan pintu surgaku, sekaligus penyemai doa paling *manjur*-ku, yaitu Ibu Iis Aisah yang senantiasa memberikan seluruh hidupnya baik berupa doa, semangat, motivasi, dan materi selama penulis dalam masa kuliah, serta cinta dan kasih yang tidak terhingga yang selalu menjadi sumber semangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada adik yang penulis sayangi, Anisa Qisty Rahmadina, serta sepupu tercinta, Silvi Nurcahyani. Terimakasih telah menjadi saudara yang baik, penyayang dan menjadi motivasi bagi penulis, semoga kita senantiasa saling menjaga dan saling menyayangi selamanya.
10. Kepada keluarga besar pondok pesantren Al-Munawwir Krapyak yang senantiasa memberikan banyak *insight* kepada penulis khususnya Ibu Nyai Hj. Ida Fatimah Zainal M.Si. Kepada seluruh teman-teman Komplek R2 seperjuangan dalam mencari barokah ilmu.
11. Teman yang sudah menjadi keluarga bagi penulis Mba Eva Alfiyana, Salma Naura, Hana Sesi yang selalu bersedia menemani penulis. Kepada teman seperjuangan penulis Ratna Unzila, Intan Nur, Nur Hanik dan Marratus Sholiha yang selalu berkenan mendengarkan keluh kesah penulis.
12. Sahabat sekaligus saudara tak sedarah penulis Siti Nur Aida Zahra, Miftakhul Jannah, yang membersamai penulis selama masa perkuliahan.
13. Teman-teman Program Studi Ekonomi Islam Angkatan 2020 yang menjadi teman seperjuangan selama menempuh kuliah di FIAI UII.

14. Ustadzah Halimah Alaydrus selaku motivator dan panutan terbesar di dalam kehidupan dikala merasa jenuh dan lelah.
15. Terimakasih untuk diri sendiri, Ajeng Yulia Putri yang masih bertahan dan terus berjuang hingga saat ini.

Dengan penuh kerendahan hati, peneliti memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang dirasa kurang berkenan di hati, itu semata-mata kelalaian dan kekhilafan dari peneliti sendiri, peneliti menyadari bahwa skripsi yang disajikan ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna dan menambah pengetahuan bagi para pembacanya.

Yogyakarta, 13 September 2024

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ii
NOTA DINAS iii
REKOMENDASI PEMBIMBING iv
LEMBAR PENGESAHAN v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
MOTTO vii
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN x
KATA PENGANTAR xix
DAFTAR ISI xxii
DAFTAR TABEL xxiv
DAFTAR GAMBAR xxv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 8
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 8
E. Ruang Lingkup dan Batasan 9
F. Sistematika Penulisan 9
BAB II LANDASAN TEORI 11
A. *Literatur Review* (Tinjauan Pustaka) 11
B. Kerangka Teoritik 15
1. Persepsi 16
2. Pariwisata 19
3. Pelayanan 23
4. Muslim Friendly Tourism (Wisata Ramah Muslim) 27
C. Kerangka Berpikir 31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 33

A. Desain Penelitian 33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 34
C. Subjek dan Objek Penelitian 34
D. Sumber Data 34
E. Teknik Pengumpulan Data 35
1. Observasi 35
2. Wawancara 36
3. Dokumentasi 37
F. Studi Pustaka 37
G. Instrumen Penelitian 38
H. Teknik Analisis Data 38
I. Kredibilitas Data 40
J. Uji Keabsahan Data Penelitian 41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian Naba Tours 43
1. Profil Singkat Naba Tours 43
2. Letak Geografis Naba Tours 44
3. Visi, Misi Naba Tours 44
B. Persepsi dan Preferensi Wisatawan Muslim terhadap Layanan Wisata Ramah Muslim 48
1. Sajian Hasil Penelitian 48
2. Pembahasan Penelitian 49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 59
A. Kesimpulan 59
B. Saran 60
DAFTAR PUSTAKA 61
LAMPIRAN 68
1. Hasil Observasi 68
2. Pedoman Wawancara 68
3. Transkip Wawancara 69
4. Dokumentasi 90

5. Daftar Riwayat Hidup 92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Narasumber 37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Pembahasan 31
Gambar *2* Analisis data kualitatif model interaktif Miles dan Huberman 39
Gambar 3 Struktur Organisasi Naba Tours 45

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan kegiatan yang kompleks, multidisiplin dan multidimensi yang melibatkan berbagai sektor termasuk pemerintah dan pemangku kepentingannya; bisnis, masyarakat dan wisatawan. Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang tumbuh paling cepat serta sektor pendukung ekonomi global, Yollanda (2018). Sektor pariwisata merupakan industri yang memberikan dampak sosial, ekonomi dan pengelolaan, pelestarian sumber daya alam dan budaya. Kegiatan pariwisata mampu memberikan kontribusi dalam peningkatan perekonomian suatu negara.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan sektor pariwisata religius di dunia meningkat pesat. Wisata religi adalah bentuk perjalanan yang berkembang karena sebab banyaknya perubahan sosial-budaya yang terjadi, termasuk globalisasi, pengembangan transportasi, dan komersialisasi. Salah satu contoh pariwisata agama adalah perjalanan ke lokasi sakral untuk memenuhi kebutuhan agama dan spiritual para wisatawan yang bepergian ke tujuan tersebut. Wisata religi merupakan bagian dari wisata budaya yang memicu perubahan perilaku wisatawan. Wisata religi memiliki fungsi yang berbeda seperti manfaat psikologis atau revitalisasi psikologis, Korstanje (2018); relevansi spiritual, melestarikan warisan budaya dan estorasi Bond (2014). Peluang ini sangat penting, terutama ketika suatu destinasi memiliki berbagai tempat suci dan monumen yang terpelihara dengan baik Bigne (2021).

Wisata atas dasar agama atau religi telah menyebar luas dan menjadi popular dalam beberapa dekade terakhir. Ia menempati segmen penting dari pariwisata internasional dan telah tumbuh secara substansial dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan yang konsisten di segmen pasar ini telah menjadi tren global dalam industri pariwisata.

Pada hakikatnya, pariwisata dengan motif keagamaan ini bukanlah merupakan fenomena baru. Wisata religi telah lama menjadi motif integral, dan dianggap sebagai bentuk tertua dari sebuah aktivitas perjalanan. Setiap tahun jutaan orang melakukan perjalanan ke tempat-tempat tujuan ziarah utama di seluruh dunia. Diperkirakan hampir 240 juta orang per tahun pergi untuk berziarah ke tempat-tempat yang dianggap suci atau peninggalan-peninggalan sejarah keagamaan, di antaranya Kristen, Islam dan Hindu, Jaelani (2017).

Telah banyak diskusi yang lebih terfokus pada wisata ramah muslim dan wisata Islam Vargas-Sánchez (2018), terlepas dari pentingnya studi agama, agen layanan yang digunakan dalam wisata religi masih tetap menjadi hal yang penting. Namun sangat kurang terwakili dalam literatur. Faktanya, sungguh menyedihkan ketika mengetahui bahwa hanya sedikit yang diketahui tentang agen layanan wisata religi di Indonesia, khususnya di D.I.Y. (Daerah Istimewa Yogyakarta). Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan sebuah model pengembangan yang mengkaji secara empiris persepsi wisatawan terhadap satu agen travel wisata ramah muslim di Yogyakarta, yaitu Naba Tours & Travel (PT. Nur Assyfa Berkah).

Peneliti memilih PT. Nur Assyfa Berkah dikarenakan PT. Nur Assyfa Berkah ini sudah memiliki tim yang berada di Indonesia dan Makkah Madinah sehingga memudahkan jamaah dalam setiap keberangkatan. Tidak hanya memberangkatkan haji dan umrah saja, akan tetapi PT.Nur Assyfa ini telah membuka perjalanan ramah muslim domestik dan internasional ke beberapa negara tetangga baik mayoritas muslim maupun minoritas muslim, seperti ke Singapura, Filipina dan sebagainya. Meski agen travel ini bergerak pada industri halal, nyatanya agen ini dapat mengantarkan masyarakat muslim untuk berwisata di negara minoritas muslim dengan menjamin standarisasi kehalalan dari akomodasi, fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada wisatawan.

PT. Nur Assyfa Berkah (Naba Tours), telah memiliki izin oprasional dibawah naungan Kementrian Agama Kota Yogyakarta. Secara resmi pada tahun 2020 PT. Nur Assyfa Berkah mendapatkan izin PPIU (Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah) dengan nomor U.263 tahun 2020. Sebagai penyedia jasa wisata yang kurang dari 10 tahun, Naba Tours bisa berkembang dan memiliki konsumen yang terbilang cukup banyak, bahkan sukses membuka Cabang-cabang lain di kota besar. Pengalaman bertahun-tahun dalam industri pariwisata, khususnya dalam menyediakan layanan perjalanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Reputasi yang baik ini menunjukkan bahwa mereka memahami kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim serta memiliki kemampuan untuk memberikan layanan berkualitas tinggi.

Naba Tours juga memiliki fokus khusus pada penyediaan layanan wisata halal yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Sebagai agen perjalanan yang sudah dikenal dalam bidang ini, mereka menawarkan berbagai paket perjalanan yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, termasuk makanan halal, fasilitas ibadah, dan jadwal yang ramah Muslim. Salah satu hal yang membuat saya tertarik juga adalah komitmen Naba Tours terhadap kepuasan pelanggan. Mereka selalu berupaya untuk menyediakan layanan yang ramah, profesional, dan responsif terhadap kebutuhan para pelanggannya, sehingga menciptakan pengalaman perjalanan yang nyaman dan berkesan.

Dengan keunggulan-keunggulan yang diterapkan dalam travel Naba Tours, kini travel ini mampu menjadi travel yang banyak diminati untuk melakukan perjalanan baik itu perjalanan haji umrah ataupun perjalanan.

Oleh karena itu, dari beberapa aspek yang dijalankan oleh Naba Tours terlihat memiliki kesesuaian dengan konsep dalam wisata ramah muslim. Dengan demikian, peneliti memilih Naba Tours sebagai sebuah penyedia layanan wisata ramah muslim yang akan dibahas dalam penelitian ini.

Dalam sejarah Islam tercatat bahwa ketika kepergian Siti Khadijah dan Abu Thalib Rasulullah mengalami kesedihan serta kecemasan yang sangat

mendalam atas kepergian istri serta pamannya. Kemudian Allah SWT memberikan pelipur laranya melalui perjalanan isra' mi'raj. Sebagai firman Allah SWT :

اَفَلَمْ يَسِيْرُوْا فِى الْاَرْضِ فَتَكُوْنَ لَهُمْ قُلُوْبٌ يَّعْقِلُوْنَ بِهَآ اَوْ اٰذَانٌ يَّسْمَعُوْنَ بِهَاۚ فَاِنَّهَا لَا تَعْمَى الْاَبْصَارُ وَلٰكِنْ تَعْمَى الْقُلُوْبُ الَّتِيْ فِى الصُّدُوْرِ

Artinya : *Maka tidak pernahkah mereka berjalan di bumi, sehingga hati (akal) mereka dapat memahami, telinga mereka dapat mendengar ? Sebenarnya bukan mat aitu yang buta, tetapi yang buta ialah hati yang di dalam dada.* (Q.S Al-Hajj (22) ; 46).

Dalam ayat tersebut tersirat pesan bahwa berwisata yang baik dapat memberikan kedamaian, ketenangan dalam hati serta mampu meningkatkan keimanan terhadap Tuhan Yang Maha Esa Rahayuningsih dkk. (2021).

Salah satu bentuk pariwisata agama Islam yang paling umum dan potensial adalah layanan wisata ramah muslim. Pelaksanaan konsep pariwisata ramah muslim dalam bidang pariwisata telah mejadi tren serta kebutuhan, tidak hanya bagi negara muslim, tetapi juga negara non muslim sebab pariwisata ramah muslim telah menjadi segmen pasar yang tumbuh pesat di pasar global.

Bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, wisata ramah muslim telah menjadi bagian dari gaya hidup mereka, peningkatan wisata ramah muslim tersebut signifikan dengan berkembangnya layanan wisata ramah muslim. Di luar layanan pariwisata langsung, peran agen perjalanan diidentifikasi sebagai salah satu layanan utama yang berdampak langsung pada pengembangan industri perjalanan dan pariwisata Yakup (2019). Outlet penjualan maskapai penerbangan halal, hotel syariah, perusahaan persewaan mobil halal, atraksi utama syariah, pengorganisasian acara halal, dan perlengkapan perjalanan lainnya adalah beberapa layanan yang disediakan oleh agen perjalanan. Selain itu, mereka menyediakan informasi perjalanan dan terkait, mengatur dan menawarkan paket wisata, bertindak

sebagai perantara untuk pemesanan hotel, menerbitkan tiket pesawat, dan mengatur layanan penyewaan mobil, dan yang lainnya Made et al (2022).

Kepuasan wisatawan saat mengunjungi suatu tempat objek wisata sangatlah penting dalam pariwisata. Menurut Kotler (2005) kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Sebaliknya, jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Harapan kepuasan dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, informasi dari orang lain (Sangadji dan Sopiah, 2013). Teori diatas dapat dikaitan dengan kepuasan wisatawan mengunjungi objek wisata hal ini dikarenakan jika wisatawan tidak puas dan menyebabkan ketidakpuasan yang didapatkan maka akan berdampak kepada calon wisatawan lain. Pitana & Diarta (2016) menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan merupakan persepsi wisatawan ketika mengunjungi destinasi wisata. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan dalam berkunjung ke daerah wisata. Teori yang dikemukakan oleh Haeth and Wall (2012) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang menjadi penentu kepuasan wisatawan dalam mengunjungi daerah wisata meliputi: daya tarik wisata, aksesibilitas, dan fasilitas wisata (Juli, 2020).

Dalam tempat wisata juga fasilitas merupakan hal yang penting untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Fasilitas merupakan penunjang sebuah tempat untuk membuat kesan pertama kali oleh para wisatawan. Menurut Yeoti (2003) fasilitas wisata adalah semua fasilitas yang fungsinya memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tempat wisata yang dikunjunginya (Florentina, 2018). Fasilitas merupakan sarana maupun prasarana yang berperan penting dalam usaha 12 meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas dan nyaman apabila semua kebutuhan selama di lokasi objek wisata terpenuhi.

Adapun regulasi pariwisata halal di Inonesia sejauh ini hanya mengatur mengenai sertifikasi halal terhadap produk, baik dari produk yang di konsumsi seperti makanan dan minuman, kosmetik dan juga obat-obatan yang diakomodasi dalam UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Selain itu juga UU Nomor 11 Tahun 2020 yang didalamnya terdapat kewajiban pelaku usaha pariwisata, serta Permenkraf Nomor 9 Tahun 2021 yang isinya mengatur mengenai pariwisata berkelanjutan yang berfokus pada pemerataan ekonomi. Peraturan-perturan yang terkait dengan pariwisata halal saat ini cenderung menuju pada bisnis, yang mana pariwisata halal lebih diarahkan sebagai branding pariwisata di kalangan wisatawan muslim.

Sistem hukum pada pariwisata halal dapat dilihat dari tiga poin, yaitu yang Dimana tata peraturan yang hingga saat ini berkaitan dengan pariwisata halal ialah UU JPH, UU Cipta Kerja, juga UU Kepariwisataan dan Permenparekraf, yang mana praturan-peraturan ini mengarahkan penerapan pariwisata halah menjadi branding dalam pariwisata kepada wisatawan muslim. Dalam artian bahwa pariwisata halal dan ramah muslim ini telah diterima dan berkembang dikalangan masyarakat Indonesia. Karena dengan branding pariwisata halal ini akan menarik minat wisatawan untuk melakukan perjalanan dan dapat memberikan dampakpada sektor pariwisata Indonesia, yang mana hal ini dapat diakomodir oleh Kemenparekraf selaku Lembaga yang menaungi Pariwisata halal dan ramah muslim di Indonesia.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi *muslim-friendly tourism* (wisata ramah muslim) yang mudah dan sudah berkembang. Potensi pariwisata ramah muslim secara nasional telah tercermin dalam keberhasilan Indonesia menempati peringkat pertama sebagai destinasi pariwisata ramah muslim berdasarkan Global Muslim Travel Index (GMTI) pada tahun 2019. Provinsi D.I. Yogyakarta juga menempati posisi ke-6 sebagai destinasi halal terbaik nasional. Menurut data yang disampaikan Badan Pusat Statistik Provinsi D.I.Y. per

tahun 2022, Dinas Pariwisata Provinsi D.I.Y. mencatat sudah ada konsep desa wisata ramah muslim, yaitu kawasan wisata Pawirotaman dan Sosromenduran. Sejalan dengan Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia di Kota Yogyakarta sudah menerapkan konsep *moslem friendly*, salah satunya pada Naba Tours.

Kualitas layanan agen perjalanan dianggap sebagai salah satu cara paling penting dalam menarik wisatawan Ardista, (2021). Persepsi seorang wisatawan merupakan faktor terpenting dalam layanan agen perjalanan pariwisata. Persepsi wisatawan didefinisikan sebagai segala proses penginterpretasian dari seorang individu yang melakukan kegiatan wisata dengan memberikan berbagai tanggapan atau pendapat terhadap apa yang dirasakan oleh alat indranya yang dipengaruhi oleh kondisi dalam dirinya atau faktor internal dan lingkungan sekitar atau faktor eksternal dalam bentuk sikap, pendapat, dan tingkah laku. Atau dalam kata lain interpretasi seorang pengguna pariwisata ramah muslim dipengaruhi oleh faktor empiris dalam dirinya. Selanjutnya, jika mereka memiliki persepsi yang baik, artinya mereka puas dengan layanan tersebut, mereka sangat merekomendasikan agen tersebut untuk wisatawan di masa depan. Selain itu, agen perjalanan juga ingin memaksimalkan niat wisata yang menguntungkan, khususnya kepuasan wisatawan (2014). Beberapa literatur menunjukkan perlunya memperdalam perspektif wisatawan mengenai pengalaman mereka di layanan destinasi halal Vargas-Sánchez (2018), agar layanan tersebut menjadi penggunaan yang berulang.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian akan berfokus pada analisis persepsi dan preferensi wisatawan muslim terhadap layanan agen wisata ramah muslim Naba Tours. Selain itu, dalam penelitian ini juga akan mengkaji sejauh mana faktor dari agama bisa memengaruhi pilihan mereka sebagai suatu keunikan dalam penelitian. Peneliti akan menjadikan Naba Tours sebagai objek penelitian yang bersifat kebaruan dalam penelitian. Sehingga penelitian ini diberi judul, *"Analisis Persepsi Wisatawan Muslim*

Terhadap Layanan Wisata ramah muslim : Studi Pada Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta."

B. Rumusan Masalah

Dalam sebuah penelitian, sudah menjadi bagian wajib di dalamnya yaitu rumusan masalah. Rumusan masalah pada penelitian ini selaras dengan apa yang telah dipaparkan dalam latar belakang diatas. Maka, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi dan preferensi wisatawan muslim terhadap layanan wisata ramah muslim Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Bagaimana implikasi dari analisis persepsi wisatawan muslim terhadap layanan wisata ramah muslim dalam pengembangan industri pariwisata yang ramah bagi wisatawan muslim di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Selaras dengan rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Menganalisis padangan persepsi dan preferensi wisatawan muslim terhadap layanan wisata ramah muslim Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Mengidentifikasi implikasi dari analisis persepsi wisatawan muslim terhadap layanan wisata ramah muslim terhadap pengembangan industri pariwisata yang lebih inklusif dan ramah bagi wisatawan muslim.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan memiliki manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis. Berikut pemaparan manfaat pada penyusunan penelitian ini:

1. Manfaat Teoritik

   Untuk memperoleh bukti-bukti data empiris tentang analisis presepsi wisatawan muslim terhadap layanan wisata ramah muslim pada agen

travel muslim Daerah Istimewa Yogyakarta yang akan bermanfaat untuk megembangkan ilmu pengetahuan, dan akademis mahasiswa di dalam bidang Sumber Daya Manusia.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini dapat menjadi sebuah bahan informasi dan sebagai referensi tambahan yang berkaitan dengan variabel di dalam penelitian analisis presepsi wisatawan muslim terhadap layanan wisata ramah muslim pada agen travel muslim Daerah Istimewa Yogyakarta.

E. Ruang Lingkup dan Batasan

Peneliti hanya akan fokus pada analisis presepsi wisatawan muslim terhadap layanan wisata ramah muslim. Secara khusus, penelitian ini dibatasi oleh subjek penelitian yaitu pelanggan pada agen travel muslim Daerah Istimewa Yogyakarta.

F. Sistematika Penulisan

Pembuatan sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah penulis dan juga pembaca dalam menyusun hasil penelitian yang telah diperoleh. Dalam sistematika penelitian terdiri dari lima bab, yang setiap bab mempunyai penjelasan dari bagian-bagiannya. Berikut merupakan garis besar dari sistematika penulisan pada penelitian ini :

Bab I, merupakan bab pendahuluan yang menjadi pengantar menjelaskan mengapa penelitian ini menarik untuk diteliti, apa yang diteliti, dan untuk apa penelitian dilakukan, pada bab ini diuraiakan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sitematika penulisan.

Bab II, berisi landasan teori, kajian pustaka, terdiri dari penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.

Bab III, merupakan metode penelitian, ini yang terdiri dari waktu dan lokasi penelitian, jenis penelitian, subjek penelitian, teknik pegumpulan data, dan analislis data.

Bab IV, menjelaskan hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, isi yang terdapat dalam bab ini terdiri dari gamabaran umum lokasi penelitian, hasil analisis data penelitian berserta pembahasan.

Bab V, menjadi bab terakhir yang berisi tentang uraian kesimpulan dari hasil penelitian yang di peroleh, serta saran-saran yang diperlukan untuk menyempurnakan penelitian ini.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. *Literatur Review* (Tinjauan Pustaka)

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa referensi jurnal terdahulu yang relevan dengan penelitian. Referensi ini digunakan untuk acuan dalam pelaksanaan penelitian dan mengkaji penelitian yang dilakukan. Adapun referensi sumber yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Muhammad Al Faridho Awwal dan Dewi Wahyu Setyo Rini (2019) menjelaskan dalam penelitiannya yang berjudul *"Perbandingan Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Mengunjungi Destinasi Pariwisata ramah muslim Pada Lima Kabupaten atau Kota Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta"*. Hasil penelitian ini menemukan ada lima kabupaten atau kota yang diuji dan dibandingkan. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner. Pada penelitian ini hasil pengujian dengan metode *Struqtural Equation Modeling (SEM)* dan diolah melalui perangkat lunak aplikasi *Smart PLS v.3* menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap wisata ramah muslim berpengaruh terhadap minatnya terhadap wisata ramah muslim. Namun di Kabupaten Bantul dan Gunung Kidul variabel persepsi konsep tidak berpengaruh terhadap persepsi pembangunan sedangkan di Yogyakarta variabel persepsi pembangunan tidak berpengaruh terhadap sikap wisata ramah muslim. Meskipun demikian, secara umum persepsi masyarakat baik terhadap konsep maupun pengembangannya mempengaruhi sikap wisatawan dan mempengaruhi minat wisatawan untuk mengunjungi wisata ramah muslim.

Berikutnya terdapat penelitian yang dilakukan oleh Putriana dkk. (2019) yang berjudul *"Analisis Persepsi Masyarakat Muslim Dan Non Muslim Terhadap Kesiapan Destinasi Wisata Syariah Di Kota Pekanbaru Dan Padang"*. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Populasinya adalah

masyarakat kota Pekanbaru dan Padang dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang dengan metode *Variable Accidental Sampling* dalam penelitian ini adalah persepsi maysrakat terhadap kesiapan destinasi wisata syariah. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mendapatkan kesiapan Pekanbaru menjadi destinasi wisata syariah sudah baik, dilihat dari beberapa indikator utama yaitu: daya tarik wisata dan infrastruktur serta Pekanbaru mempunyai potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata syariah dan persepsi masyarakat. Masyarakat Padang, Kota Sumatera Barat siap menjadi tujuan wisata. banyak mengandung unsur keagamaan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyulina dkk. (2018) yang berjudul *"Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana Penunjang Wisata ramah muslim Dikawasan Desa Sembalun Lawang Lombok Timur"*. Hasil penelitian ini menyarankan kepada Pemerintah dan masyarakat Sembalun Lawang untuk segera menyediakan toilet dan tempat sampah di setiap objek wisata yang ada di Sembalun Lawang. Pemerintah sebaiknya segera menyiapkan hotel dan akomodasi lainnya agar mencukupi jumlah wisatawan yang datang ke Sembalun Lawang dan tidak mengganggu pemandangan alam kawasan Sembalun yang menjadi daya tarik kawasan ini. Faslilitas parkir bus wisata harus segera disediakan. Bagi pihak perbankan dan Pemerintah hendaknya bekerjasama dalam memfasilitasi ATM (Anjungan Tunai Mandiri) bagi wisatawan untuk mengambil uang tunai.

Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Ermin Agustin dkk. (2022) yang berjudul *"Analisis Pelayanan Dan Konsep Wisata ramah muslim Pada Wilayah Banyuwangi (Studi Kasus Pulau Santen)".* Penelitian yang dilakukan menggunakan Teknik analisis data meliputi penyuntingan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, pengecekan keabsahan data dilakukan dengan memperluas partisipasi peneliti yaitu Dinas Pariwisata Daerah Banyuwangi, POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) dan beberapa warga sekitar dan wisatawan. Hasil dari penelitian

ini adalah pelayanan yang diberikan di Pulau Santen sudah memenuhi kriteria wisata ramah muslim sedangkan pada konsep wisata di Pulau Santen masih belum memenuhi syarat sebagai wisata ramah muslim.

Berikutnya penelitian yang dilakukan oleh Cupian dkk. (2023) yang berjudul *"Pengaruh Persepsi Wisatawan Terhadap Keputusan Mengunjungi Objek Wisata ramah muslim Bandung".* Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik biner, dengan cara memperoleh data melalui penyebaran kuesioner terhadap 400 responden yang pernah berwisata di Bandung dalam 5 tahun terakhir. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan mengenai pariwisata ramah muslim berpengaruh signifikan terhadap keputusan mengunjungi wisata ramah muslim, juga terdapat hubungan yang positif antara persepsi wisatawan terhadap keputusan berkunjung.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Salmi Mohd Isa dkk. (2018) dengan judul *"Muslim Tourist Perceived Value : A Study On Malaysia Halal Tourism".* Tujuan dari penelitian ini untuk menyesuaikan dari landasan teori pariwisata ramah muslim dengan paradigma pariwisata konvensional, juga untuk mengidentifikasi persepsi wisatawan muslim di Malaysia. Adapun model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian positif dengan basis kualitatif. Secara keseluruhan, hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa dari variabel harga dan sosial tidak berpengaruh pada kepuasan wisatawan, akan tetapi pada variabel kualitas dan atribut fisik dan nonfiik halal mempunyai pengaruh besar terhadap kepuasan wisatawan.

Selanjutnya penelitian dari Mohamed Battour dkk. (2018) yang berjudul *"The Perception Of Non-Muslim Tourists Towards Halal Tourism : Evidence From Turkey And Malaysia".* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan non-muslim terhadap layanan wisata ramah muslim yang berada di Malaysia dan juga Turki. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dengan melakukan 35 wawancara terhadap wisatawn non-muslim di Malausia dan 25 lainnya

yang ada di Turki. Isi dari penelitian ini menggambarkan persepsi wisatawan non-muslim terhadap wisata ramah muslim juga terdapat beberapa saran bagi layanan wisata ramah muslim mengenai cara pelayanan terbaik yang dapat dilakukan untuk melayani wisatawan barat dan untuk meningkatkan kedatangan Internasional.

Berikutnya penelitian yang dilakukan oleh Mahfuzur Rahman dkk. (2020) yang berjudul *"The Impact Of Tourists' Perceptions On Halal Tourism Destination : A Structural Model Analysis".* Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi terkait dampak persepsi wisatawan non-muslim terhadap produk atau layanan halal pada destinasi wisata ramah muslim. Adapun hasil dari penelitian ini mengembangkan bahwa pengalaman perjalanan dan nillai perjalanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Berikutnya penelitian yang dilakukan oleh Mohd Fuaad Said dkk. (2020) yang berjudul *"Exploring Halal Tourism In Muslim-Minority Countries : Muslim Travellers' Needs And Concerns".* Penelitian ini bertujuan untuk memahami kebutuhan dan hal-hal yang perlu dilakukan wisatawan muslim ketika mengunjungi negara-negara yang minoritas muslim. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara pada beberapa wisatawan yang telah melakukan perjalanan pada negara-negara minoritas muslim. Secara keseluruhan hasil dari penelitian ini menyebutkan beberapa kekhawatiran mereka dalam melaksanakan Shalat sehari-hari dan mencari makanan halal pada saat dibutuhkan, serta bersedia melakukan penelitian ekstensif mengenai destinasi tersebut sebelum kunjungan mereka.

Dan selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ashad Moshin dkk. (2020) yang berjudul *"Halal Tourism Is Traveling Fast : Community Perceptions And Implications".* Dalam penelitian ini membahas terkait persepsi pemangku kepentingan pariwisata dan masyarakat terhadap pariwisata ramah muslim, peluang dan tantangan dalam mempromosikan pariwisata ramah muslim, dan upaya dalam meningkatkan citra agar

menjadi destinasi wisata ramah muslim yang digemari oleh banyak wisatawan.

B. Kerangka Teoritik

Dalam meneliti dan menganalisis pokok-pokok dari permasalahan yang terdapat di dalam penelitian ini, maka penulis mengambil beberapa inti teori dan menjadikannya sebagai kajian teori dalam peneitian ini. Hal ini dilakukan sebagai acuan dalam menggali dan mengkaji informasi tentang "Analisis Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Layanan Wisata ramah muslim : Studi pada Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta".

Menurut Yoestini dan Rahma, (2007), Persaingan bisnis dalam perkembangan era globalisasi menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Masing-masing perusahaan dalam memuaskan keinginan konsumen pun berbeda antara satu dengan yang lainnya.

Kualitas pelayanan dapat dilihat dari segi *reliability* (kemampuan mewujudkan janji), *responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan layanan), *empathy* (kemampuan perusahaan dalam memahami keinginan pengguna *(customer),* dan *tangibles* (tampilan fisik layanan). Kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas yang baik dilihat dari persepsi konsumen bukan dari persepsi perusahaan. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian total atas keunggulan suatu produk yang dapat berupa barang atau jasa.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Tjiptono (2004:147) mendefinisikan tentang kepuasan pelanggan (konsumen) ialah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dengan harapanya. Pada dasarnya, pengertian kepuasan atau ketidakpuasan konsumen *(customer)* merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan.

1. Persepsi

Persepsi dalam pengertian paling luas adalah soal interaksi antara dunia dan diri. Dalam bentuknya yang paling sederhana, dunia memberikan kita kejadian-kejadian. Pada gilirannya kita pun memberi makna pada kejadian-kejadian itu dengan menafsirkan dan bertindak berdasar kejadian itu. Menurut Kotler dan Amstrong (2008), persepsi adalah proses yang dengan proses itu orang-orang memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi informasi untuk membentuk gambaran dunia yang penuh arti. Menurut Kreitner dan Kinicki (2010), persepsi merupakan proses kognitif yang memungkinkan kita menginterpretasikan dan memahami sekitar kita. Dikatakan pula sebagai proses menginterpretasikan suatu lingkungan. Orang harus mengenal objek untuk berinteraksi sepenuhnya dengan lingkungan mereka.

Persepsi merupakan proses menerima informasi membuat pengertian tentang dunia disekitar kita. Hal tersebut memerlukan pertimbangan informasi mana yang perlu diperhatikan. Bagaimana mengkategorikan informasi, dan bagaimana menginterpretasikannya dalam kerangka kerja pengetahuan kita yang telah ada McShane, (2010). Persepsi berasal dari bahasa Latin, yaitu perception atau percipio yang berarti tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Persepsi meliputi semua sinyal dalam sistem saraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisik atau kimia dari organ pengindra.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), persepsi merupakan tanggapan langsung atas sesuatu, sedangkan istilah persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap sesuatu benda ataupun sesuatu kejadian yang dialami. Seseorang menafsirkan satu stimulus berdasarkan minat, harapan, dan keterkaitannya dengan pengalaman yang dimilikinya. Oleh karenanya,

persepsi juga dapat didefinisikan sebagai interpretasi berdasarkan pengalaman. Persepsi merupakan proses pengamatan seseorang yang berasal dari komponen kognisi. Persepsi ini dipengaruhi oleh faktor-faktor pengalaman, proses, belajar, cakrawala, dan pengetahuannya. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah ungkapan seseorang terhadap sesuatu benda ataupun sesuatu kejadian yang dialami melalui alat indranya. Sehingga dapat memberikan tanggapan terhadap sesuatu.

Persepsi memiliki artikulasi yang sangat luas, karena pada dasarnya persepsi merupakan sebuah pencetusan dari hasil pola pikir seseorang untuk memberikan bobot atau nilai kepada apa yang sudah dilihat atau dialaminya. Persepsi merupakan sebuah proses kognitif yang dialami seseorang dalam memahami dan menafsirkan informasi mengenai lingkungan sekitar melalui panca indera mereka (penglihatan, penciuman, pendengaran, penghayatan, perasaan dan peraba).

Persepsi mengandung sebuah proses dalam diri untuk mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana pengetahuan kita terhadap lingkungan atau orang lain. Pada proses ini kepekaan mulai terlihat dalam diri seseorang terhadap objek di dekatnya. Cara pandang akan menentukan kesan yang dihasilkan dari proses pembentukan persepsi.

Proses pembentukan persepsi diawali dengan masuknya sumber melalui suara, penglihatan, rasa, aroma atau sentuhan manusia, diterima oleh indera manusia (*sensory receptor*) sebagai bentuk sensation. Sensation sebagian besar yang diperoleh dari proses pertama (sumber) kemudian diseleksi dan diterima. Penyaringan atau seleksi dijalankan oleh faktor-faktor seperti harapan individu, motivasi, dan sikap Riadi (2012).

Menurut Walgito (2010) proses stimulus mengenai alat indera merupakan proses kealaman atau proses fisik. Stimulus yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh saraf sensoris ke otak. Kemudian terjadilah proses di otak sebagai pusat kesadaran sehingga individu

menyadari apa yang dilihat, atau apa yang didengar, atau apa yang diraba. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa taraf terakhir dari proses persepsi ialah individu menyadari tentang misalnya apa yang dilihat, atau apa yang didengar, atau apa yang diraba, yaitu stimulus yang diterima melalui alat indera. Proses ini merupakan proses terakhir dari persepsi dan merupakan persepsi sebenarnya. Respon sebagai akibat dari persepsi dapat diambil oleh individu dalam berbagai macam bentuk.

Menurut (kartika. 2014) Persepsi wisatawan akan timbul setelah membaca informasi mengenai objek yang akan di kunjungi. Sebelum melakukan kunjungan, wisatwan selalu mempelajari obyek wisata yang akan menadi tujuannya. Calon wisatwan akan mempertimbangkan berbagai alternatif yang aada sesuia kriteria wisata dan motivasi perjalannya sehingga dapat membuat keputusan yang tepat. Menurut Kotler, Bowen dan Makes (2002) dalam (Kartika, 2014) dikatakan, persepsi sebagai proses yang dilalui seseorang dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterprestasikan informasi untuk membuat gambaran yang memiliki makna, dengan kata lain dapat dikatakan persepsi membantu individu dalam menyeleksi, serta menginterpretasikan informasi menjadi sesuatu yang berarti.

Dari pendapat ahli diatas, dapat ditarik simpulan bahwa proses pembentukan persepsi berawal dari masuknya sumber/data melalui pendengaran, penglihatan, pengamatan kemudian ditangkap oleh panca indera selanjutnya diolah melalui proses penalaran dan perasaan sehingga menimbulkan suatu persepsi.

Menurut Walgito (2005) dalam persepsi individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan stimulus yang diterimanya, sehingga stimulus tersebut mempunyai arti bagi individu yang bersangkutan. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa stimulus merupakan salah satu faktor yang berperan dalam persepsi.

Berkaitan dengan faktor-faktor yang berperan dalam persepsi dapat dikemukakan adanya beberapa faktor, yaitu:

a. Objek yang dipersepsi

   Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Stimulus dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan langsung mengenai saraf penerima yang bekerja sebagai reseptor. Namun sebagian besar stimulus datang dari luar individu.

b. Alat indera, saraf, dan pusat susunan saraf

   Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus. Di samping itu juga harus ada saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan saraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan saraf motoris.

c. Perhatian

   Untuk menyadari atau untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan langkah pertama sebagai suatu persiapan dalam rangka mengadakan persepsi. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi ada 2, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Hal tersebut dapat dikemukakan bahwa dalam persepsi-pun memiliki stimulus yang sama, namun pengalamannya yang berbeda, keahliannya yang berbeda, kerangka acuannya berbeda, maka terdapat kemungkinan bahwa hasil persepsi antara masing-masing individu tidaklah sama.

2. Pariwisata

Untuk memahami pandangan Islam tentang pariwisata, kajian terhadap sumber-sumber ajaran Islam (al-Quran dan Sunnah

Rasulullah) tentang konsep tersebut menjadi hal pertama yang perlu dilakukan. Hal itu mengingat, bahwa sumber-sumber ajaran agama merupakan patokan atau acuan bagi umat Islam untuk melakukan segala tindakan atau aktivitasnya.

Pariwisata, yang secara etimologi berasal dari bahasa Sanskerta, merupakan konsep yang tersusun atas dua suku kata: "pari" dan "wisata". *Pari* memiliki arti: banyak, berkali-kali, berputar-putar, dan lengkap. Sedangkan *wisata* berarti: perjalanan, bepergian, Fuad (2014). Makna kebahasaan ini memiliki padanannya dalam bahasa Arab, seperti kata *sâra, siyâhah, rihlah,* atau *safar*.

Ada beberapa definisi pariwisata dari beberapa ahli untuk mendukung pendapat penulis. Pengertian pariwisata menurut UU No. 9 tahun 1990 adalah kegiatan mengunjungi suatu tempat dalam waktu yang singkat dengan tujuan untuk menikmati obyek wisata tersebut. Ada juga definisi dari Spillane (2012:20) pariwisata adalah kegiatan mengunjungi suatu tempat dengan tujuan untuk olahraga atau istirahat, untuk menyelesaikan tugas, dan yang lainnya. Selain itu, berdasarkan UU No. 10 tahun 2009 kepariwisataan, *"Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara".*

Dari dua pakar ilmiah pariwisata Swiss, Henniker dan Kraft (2016:30), pariwisata adalah gabungan dari hubungan fenomena yang timbul dari perjalanan dan tinggal dari tidak ada tempat tinggal, dan sejauh ini tidak mengarah ke tempat tinggal permanen dan tidak berhubungan dengan penghasilan aktivitas. Kemudian definisi yang diterima oleh asosiasi pakar ilmiah internasional di bidang pariwisata.

Mathieson dan Wall (2012), juga mengatakan bahwa menciptakan definisi kerja yang baik dari pariwisata sebagai perpindahan sementara orang ke tujuan di luar tempat kerja dan tempat tinggal normal mereka,

kegiatan yang dilakukan selama mereka tinggal di tujuan tersebut dan fasilitas yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. kebutuhan.

Menurut Pundit (2019), arti kata "perjalanan" ialah melakukan perjalanan mendatangi suatu tempat tertentu yang biasanya dengan menggunakan suatu alat transportasi. Adapun fungsi dari transportasi dapat dijelaskan sebagai berikut. *Pertama*, pergi dari satu tempat ke tempat lain atau mengunjungi berbagai tempat dan negara untuk bisnis dan kesenangan. *Kedua*, melakukan perjalanan melalui sekitar atau dalam wilayah tertentu. *Ketiga,* pergi atau menempuh jarak untuk bergerak dengan kecepatan tertentu atau dengan cara tertentu. *Keempat*, berpindah dari satu tempat ke tempat lain sebagai tenaga penjualan sebagai bagian dari bisnis. *Kelima,* mempertahankan kualitas atau kesegarannya selama diangkut, yang kemudian untuk ditransmisikan atau dikomunikasikan, mengamati untuk memindai suatu objek atau memindai dalam proses mengamati film. Berdasarkan definisi dari beberapa ahli di atas disimpulkan bahwa tujuan wisata adalah untuk bersantai dan menghibur.

Menurut Spillane (2012), ada 6 macam pariwisata berdasarkan motif tujuan perjalanannya. Yaitu wisata kesenangan, wisata rekreasi, wisata budaya, wisata olahraga, wisata bisnis dan wisata konvensi. Definisi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Wisata kesenangan

   Wisata kesenangan bagi masyarakat untuk berlibur, menghirup udara segar, memenuhi rasa ingin tahu, mengendurkan otot, melihat sesuatu yang baru, menikmati pemandangan yang indah, mendapatkan informasi tentang cerita rakyat dan ketenangan.

2. Wisata Rekreasi

   Wisata rekreasi biasanya digunakan untuk menenangkan pikiran, memulihkan kebugaran jasmani dan rohani, menyegarkan

rasa penat. Jenis pariwisata ini dapat dilakukan di tempat tujuan seperti tepi pantai, pegunungan, pusat kesehatan atau resort. Pariwisata telah mengakui bahwa banyak pengunjung secara khusus tertarik dengan penawaran rekreasi. Dalam mendukung kegiatan rekreasi pemerintah telah mengambil peran penting dalam penciptaan, pemeliharaan, dan organisasi dan seluruh industri telah mengembangkan barang dagangan atau jasa.

3. Wisata budaya

   Tipe ini dapat ditandai dengan serangkaian motivasi, seperti mengikuti belajar di pusat penelitian, mempelajari adat istiadat, yayasan, dan cara hidup masyarakat yang berbeda, mengunjungi monumen bersejarah, artefak masa lalu, festival musik pusat budaya dan agama, teater, tarian rakyat, dll.

4. Wisata olahraga

   Wisata ini terbagi menjadi dua macam, yaitu sebagai berikut:

   a. Acara olahraga besar adalah acara olahraga terbesar seperti *Olympiade Games, World Skill* Kejuaraan, Kejuaraan Tinju dan acara lainnya untuk menarik pengunjung atau penggemar.
   b. Wisata Olahraga Para Praktisi adalah wisata olahraga bagi orang-orang yang ingin belajar dan berlatih sendiri seperti mendaki gunung, menunggang kuda, berburu, memancing, dll.

5. Wisata bisnis

   Menurut para ahli, pariwisata ini merupakan jenis perjalanan profesional atau travel karena hal ini berkaitan dengan pekerjaan atau posisi seseorang yang tidak dapat diubah untuk memilih tujuan atau waktu.

6. Wisata konvensi

   Wisata ini paling banyak dipilih oleh negara-negara karena saat konvensi atau sebuah pertemuan diadakan, sehingga pengunjung akan datang lebih dari sebelumnya untuk tinggal

bersama di negara itu. Negara yang paling banyak dikunjungi akan membangun gedung pendukung pariwisata konvensi.

3. Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2008), mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh yang dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sudah sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Pernyataan tersebut ditegaskan oleh Parasuraman, *et al.,* (1988) yang megatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas layanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh *(perceived service)* dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan *(expected service).* Ryu dan Han (2019), kualitas layanan yang dirasakan dan kepuasan pelanggan dapat dipelajari dengan menggunakan kedua perspektif berikut: spesifik transaksi dan global. Dikatakan dalam penelitian itu bahwa pelanggan dapat mengevaluasi (puas atau tidak puas) setelah peneliti memeriksa objek atau layanan. Secara lebih spesifik, peneliti menyatakan bahwa pelanggan dapat menilai kualitas layanan dengan membandingkan pengalaman dan harapan mereka dengan layanan yang mereka terima untuk menentukan apakah mereka puas atau tidak puas. Dalam industri maupun bisnis, kualitas layanan memiliki peran strategis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Sulitnya membedakan produk dalam industri perbankan, sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu atribut yang membedakan bank dengan bank lain.

Ada banyak definisi dan konsep tentang kualitas pelayanan. Sebagian besar penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa kepuasan adalah hasil dari proses perbandingan antara harapan

pelanggan dan persepsi kinerja Shayestehfar (2019). Ketika pelanggan mempersepsikan tentang banyak jenis atribut layanan, itu berarti mereka mengevaluasi tentang kualitas layanan. Zeithaml dkk. dalam Lin (2012), mengidentifikasi dimensi *SERVQUAL* menjadi lima aspek sebagai berikut:

a. *Tangibility:* Fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan personel.
b. Keandalan: Mampu melakukan layanan yang dijanjikan dengan benar dan akurat.
c. *Responsiveness:* Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
d. *Assurance:* Pengetahuan dan kesopanan karyawan, serta kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan kepercayaan diri.
e. *Emphaty:* Peduli, perhatian individu yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pelanggan mereka.

Model *SERVQUAL* dipilih untuk mengukur kualitas layanan karena dapat menggambarkan layanan dimensi dan dapat diukur berdasarkan perspektif pelanggan layanan jasa Fauzi. A. A., (2019). Kualitas layanan yang dirasakan telah didefinisikan sebagai penilaian atau sikap global yang berkaitan dengan keunggulan layanan Parasuraman et al, (2016). Sebagian besar penelitian tentang kualitas layanan telah dibangun di sekitar metodologi *SERVQUAL*, Parasuraman et al, (2016). Model *SERVQUAL* menunjukkan bahwa kualitas layanan dapat diukur dengan mengidentifikasi kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi kinerja layanan. Parasuraman dkk. (2016) juga menyarankan bahwa kualitas layanan adalah konsep banyak sisi yang terdiri dari lima dimensi: keandalan, jaminan, nyata, empati, dan daya tanggap. Keandalan mengacu pada kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan dengan andal dan akurat; jaminan mengacu pada pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan; berwujud

mengacu pada penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan materi komunikasi; empati mengacu pada penyediaan perhatian, perhatian individual kepada pelanggan; dan daya tanggap mengacu pada kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Instrumen *SERVQUAL* telah banyak digunakan dalam literatur pemasaran di berbagai sektor, termasuk organisasi terkait rekreasi, seperti hotel Daskalakis (2019), agen perjalanan Luk (2017), taman dan rekreasi McKay S (1997), atraksi atau resort pariwisata Bigne (2021), dan pusat rekreasi atau olahraga. Lentell (2020). Nilai instrumen *SERVQUAL* sebagai alat penilaian dan manajemen telah didokumentasikan dengan baik. Namun, model tersebut juga telah dikritik pada tingkat teoritis dan operasional Francis Buttle (2019). Pada tingkat teoritis telah dikritik karena didasarkan pada paradigma diskonfirmasi, yang telah diadopsi secara luas dalam literatur kepuasan Oliver (2016) daripada pada sikap. Selanjutnya, peneliti Teas (2013) telah mempertanyakan validitas dan reliabilitas dari model kesenjangan, menunjukkan bahwa mengukur persepsi saja mungkin memberikan indikasi kualitas layanan yang lebih baik daripada mengukur perbedaan antara harapan dan persepsi. Akhirnya, beberapa peneliti menyarankan bahwa dimensi kualitas layanan bersifat kontekstual dan tidak dapat diterapkan secara universal Ekinci (1999). Kritik operasional telah difokuskan pada kesulitan dalam mengkonseptualisasikan harapan, terbatasnya jumlah item dalam setiap dimensi, masalah yang terkait dengan administrasi ganda instrumen (kebingungan dan kebosanan pelanggan), dan proporsi varians terbatas yang diekstraksi oleh lima faktor Francis Buttle (2019). Isu dimensi kualitas layanan yang kontekstual merupakan dorongan penting untuk mengadaptasi dan mereplikasi instrumen di beberapa layanan dan menawarkan beberapa arah penelitian masa depan seperti pengujian model di lingkungan yang berbeda, sektor jasa, dan scenario.

Pelayanan prima adalah pelayanan yang mengutamakan pelanggan dengan kualitas tinggi yang mengutamakan pelayanan yang cepat, handal, memahami kebutuhan pelanggan, dalam hal ini customer fokus Rahmayanty (2017). Jika penerapan kualitas pelayanan dilaksanakan secara terintegrasi, maka akan membuat pelanggan merasa dihargai.

Menjaga kualitas pelayanan agar tetap baik sangat diperlukan bagiperusahaan agar persepsi pelanggan terhadap perusahaan menjadi positif. Kualitas pelayanan akan memberikan dampak positif bagi perusahaan dengan melibatkan kompetensi masing-masing internal perusahaan kepada pelanggan. Keputusan ada di pihak pelanggan bahwa kualitas yang diterima dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Jika kualitas yang diterima pelanggan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi, pelanggan merasa bangga, senang, puas, dan harapannya terwujud.

Hasil penelitian Dhasan *et al*. (2019) yang menunjukkan bahwa dari sisi fungsional kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap *customer engagement (CE)* dalam konteks offline. Konsumen akan memberikan respon positif terhadap pelayanan yang diterima dengan merekomendasikan kepada orang lain. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas konsumen. Respon positif yang akan diberikan konsumen ketika kualitas yang diterima dapat dirasakan memenuhi kebutuhan konsumen adalah loyal terhadap produk yang dipilih. Kotler dan Keller (2012) juga berpendapat bahwa loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung suatu produk atau jasa yang disukai di masa depan meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

Lin (2012) yang menyatakan bahwa kualitas layanan multi channel yang diukur dengan dimensi SERVQUAL berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dimensi-dimensi tersebut adalah *tangibility, responsiveness,* dan *empaty.* Sesuai dengan pendapat

Zeithaml *et al.*, dalam Lin (2012) dimensi *Tangibility* berupa bukti fisik, fasilitas, dan penampilan pribadi. Dimensi daya tanggap adalah ketersediaanya untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat, dan dimensi empati adalah bagaimana penyedia layanan memperhatikan individu dengan memberikan solusi atas keluhan pelanggan. Selain itu, hasil pengujian So *et al.*(2022) , yang menyatakan bahwa evaluasi merek layanan dengan indikator kualitas layanan, nilai yang dirasakan, dan kepuasan pelanggan, berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek tetapi tidak sebanyak variabel lainnya. Kemudian hipotesis kedua dan ketiga dari penelitian ini.

4. *Muslim Friendly Tourism* (Wisata Ramah Muslim)

Bagi seorang muslim berwisata adalah sesuatu yang diperbolehkan sebagaimana yang disampaikan oleh Ibnu Abbas RA dalam hadits baihaqi Rasulullah SAW, bersabda bepergian kamu, niscaya akan menjadi sehat dan mendapatkan kepuasan. Akan tetapi, seorang musim tetap wajib untuk memenuhi kewajiban sebagai seorang muslim dan menjauhi semua larangan-Nya dimanapun ia berada. Sehingga muncul konsep pariwisata ramah muslim. Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No.108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasar prinsip syariah, wisata ramah muslim adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat untuk tujuan rekreasi, pengembangan diri, mempelajari keunikan daya tarik wisata untuk wisata sesuai prinsip syariah. Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No.108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasar prinsip syariah menyebutkan bahwa ada beberapa prinsip yang harus diperhatikan, yaitu orientasi kemaslahatan, Fasilitas ibadah, Makanan dan minuman yang halal dan thoyyib, dan tidak ada tempat-tempat terlarang.

Istilah wisata ramah muslim *(Muslim-Friendly Tourism)* mengacu pada *Islamic Tourism, Halal Tourism, Shariah Tourism,* dan *Islamic hospitality.* Berdasarkan studi dari *Crescent Rating* dalam *Global Muslim Index* 2023, terdapat peningkatan terhadap minat wisatawan untuk mencari destinasi, akomodasi, dan kegiatan yang menekankan pada perlindungan lingkungan, etika, dan kesejahteraan komunitas lokal.

Kata halal sering kali beriringan dengan kalimat halalan *thoyyiban* yang memiliki makna diperbolehkan dan juga baik, dengan begitu sesuatu akan dipandang secara efektif serta terpenuhinya semua sarana dan prasarana Abidin dkk. (2009). Terminologi wisata ramah muslim masih menjadi perdebatan Battour (2016). Konsep wisata ramah muslim dalam penelitian ini mengacu pada definisi yang dikemukakan oleh Battour & Ismail (2016), Ryan (2016), Mohsin dkk. (2016) , dan Vargas Sánchez & Moral-Moral (2018).

Menurut WTO atau *World Tourism Organization,* Pariwisata merupakan kegiatan manusia yang melakukan perjalanan dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya. Maksud dari perjalanan ini ialah ketika individu atau sekelompok orang berpergian jauh dengan tujuan untuk berlibur atau bersenang-senang.

Muslim-friendly tourism atau wisata ramah muslim adalah sebuah model atau paket layanan tambahan atau *extended services* amenitas yang ditunjukkan dan diberikan untuk memenuhi pengalaman dan keinginan wisatawan muslim. *Muslim-Friendly Tourism* (MFT) atau pariwisata ramah muslim adalah konsep pariwisata yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi wisatawan muslim. *Muslim-Friendly Tourism* (MFT) menawarkan berbagai fasilitas dan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti Makanan halal yakni menyediakan makanan yang dimasak dan disajikan sesuai dengan syariat Islam. Tempat ibadah yakni menyediakan masjid, musala, atau ruang sholat di area publik dan destinasi wisata. Kemudian dari segi

Akomodasi dengan menyediakan akomodasi yang bebas dari alkohol dan memiliki fasilitas untuk beribadah. Serta Aktivitas wisata dengan menawarkan aktivitas wisata yang sesuai dengan norma dan nilai-nilai Islam. Menurut Direktur Wisata Minat Khusus Kemenparekraf, layanan tambahan tersebut meliputi *need to have*, seperti makanan dan minuman halal serta tersedianya fasilitas untuk shalat, dan *good to have*, seperti toilet yang ramah bagi muslim.

Battour dan Ismail (2016) mendefinisikan wisata ramah muslim sebagai objek atau tindakan wisata yang memungkinkan umat Islam untuk memanfaatkan atau berpartisipasi dalam industri pariwisata sesuai dengan ajaran Islam (halal). Penekanannya pada target pasar utama yaitu wisatawan muslim dan kegiatan pariwisata diperbolehkan menurut syariat Islam. Meski sasaran utamanya adalah wisatawan muslim, namun menurut Azam (2019), wisatawan non-Muslim tetap bisa menikmati produk dan layanan dalam wisata ramah muslim. Battour dan Ismail (2016) menjelaskan bahwa konsep wisata ramah muslim juga harus mempertimbangkan lokasi kegiatan pariwisata, baik di negara Muslim maupun non-Muslim.

Mohsin dkk. (2016) mendefinisikan wisata ramah muslim sebagai penyediaan produk dan layanan pariwisata yang memenuhi praktik keagamaan dan kebutuhan makanan wisatawan Muslim sesuai dengan ajaran Islam (halal). Penekanannya adalah pada pemenuhan kebutuhan wisatawan muslim, seperti fasilitas ibadah dan makanan halal. Definisi berikutnya dikemukakan oleh Ryan (2016) bahwa wisata ramah muslim dilakukan untuk tujuan rekreasi, dan sosial karena banyak orang ingin melakukan perjalanan. Senada dengan itu, Vargas Sánchez & Moral-Moral (2018) menyatakan bahwa bidang wisata ramah muslim mengacu pada perjalanan yang dilakukan memiliki tujuan untuk rekreasi, hiburan, dan sosial. Sekalipun motivasinya tidak selalu bersifat keagamaan, namun ada keinginan untuk bertindak berdasarkan

ajaran Islam. Kedua definisi tersebut menekankan tujuan perjalanan, yang mencakup lebih dari sekedar motif keagamaan.

Adapun konsep pariwisata halal merupakan salah satu proses yang mengintegrasikan nilai-nilai keislaman kepada seluruh kegiatan wisata, sehingga wisatawan yang datang dapat mengamati perbedaan konsep yang ditawarkan wisata konvensional dan yang ditawarkan wisata syariah. Dalam wisata syariah itu sendiri hal yang paling utama adalah bagaimana pengelolaan tersebut dilandasi dari pemahaman akan makna syariah disegala aspek kegiatan wisata, mulai dari sarana penginapan, makanan dan minuman, transportasi, sistem keuangan, serta fasilitas dari penyedia jasa itu sendiri.

Pada tahun 2023, Indonesia berhasil meraih peringkat pertama Global Muslim Travel Index (GMTI) 2023. Ini merupakan pencapaian yang luar biasa, mengingat pada tahun 2021 Indonesia berada di peringkat kedua. Seiring dengan prospek yang cerah tersebut, tentunya terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi agar sektor ini dapat berkembang secara optimal. Salah satu tantangan utama adalah dalam hal standardisasi. Diperlukan sistem standarisasi yang konsisten untuk mengesahkan kehalalan di berbagai fasilitas pariwisata seperti hotel, resor, restoran, bandara, dan taman. Hal ini tidak hanya penting untuk memenuhi persyaratan wisatawan Muslim tetapi juga untuk menciptakan kepercayaan dan kenyamanan bagi mereka selama perjalanan di Indonesia. Lebih Lanjut, secara nasional tidak ada regulasi yang secara spesifik mengatur pariwisata ramah muslim. UU no. 33 tahun 2014 dan UU no. 10 tahun 2009 beserta aturan pelaksana-nya PP no. 31 tahun 2019 tidak mengandung pasal terkait hal ini. Justru, pariwisata ramah muslim ditemukan di fatwa DSN MUI.

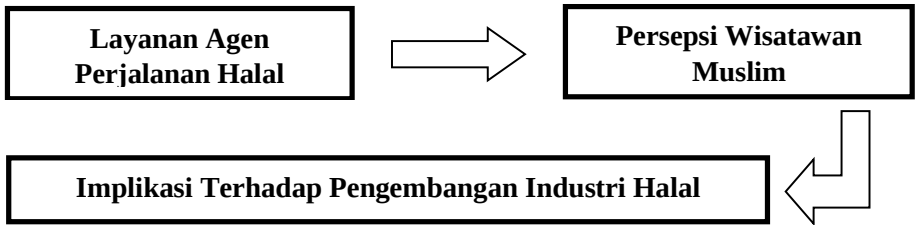
Belakangan ini pasa halal tourism dan muslim-friendly di Indonesia telah memasuki pada fase pasar global. Dengan demikian, pengembangan layanan halal tourism dan muslim-friendly tourism wajib dilakukan untuk mendorong Indonesia menjadi pemimpin dalam

pengembangan wisata yang ramah muslim dunia. Menurut Direktur Wisata Minat Khusus Kemenparekraf, terdapat tiga potensi yang dapat dikembangkan oleh Indonesia yaitu, yang pertama, dari kekayaan dan keragaman sumber daya pariwisata nasional. Kedua, atensi dan sikap positif masyarakat terhadap pengembangan halal tourism. Dan ketiga, posisi Indonesia sebagai negara tujuan investasi halal tourism, mengingat Indonesia ialah sebagai negara mayoritas muslim.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut berkenaan dua variabel atau lebih. Ditinjau dari jenis hubungan variabel, yaitu hubungan sebab akibat yaitu suatu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Kerangka pemikiran akan memberikan manfaat berupa persepsi yang sama antara peneliti dan pembaca terhadap jalur pemikiran peneliti, dalam rangka membentuk hipotesis risetnya secara logis. Berdasarkan uraian teori yang dijelaskan mengenai wisata halal dan teori mengenai kepuasan untuk mengetahui Persepsi wisatawan muslim terhadap wisata ramah muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta, maka di bawah ini merupakan susunan kerangka berpikir dari penelitian ini:

Gambar 1 Struktur Pembahasan



Kerangka di atas menunjukkan variabel layanan agen perjalanan halal akan menghasilkan persepsi wisatawan muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta, yang kemudian akan berdampak atau implikasi terhadap pengembangan Industri Halal di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Dapat dipahami bahwa dalam kerangka di atas sudah menunjukkan seluruh variabel yang ada pada rumusan masalah. Sehingga alur penelitian dapat dipastikan sudah sesuai dengan konsep-konsep yang dibawakan.

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Dalam jenis penelitian ini, peneliti mengumpulkan, mengklasifikasikan, menganalisis, dan menarik kesimpulan berdasarkan analisis data tanpa membuat generalisasi. Creswell (2009) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah studi untuk menyelidiki dan memahami makna yang diasumsikan individu atau kelompok sebagai masalah sosial atau manusia. Digunakan untuk mengetahui dan memahami mengapa dan bagaimana suatu fenomena sosial terjadi. Laporan tertulis akhir penelitian ini terdiri dari pendahuluan, literatur dan teori, metode, hasil, pembahasan, dan kesimpulan.

Peneliti juga melakukan penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan bentuk penelitian yang mendeskripsikan kejadian nyata terhadap suatu proses, objek, dan aktivitas manusia secara apa adanya baik pada jangka pendek maupun jangka panjang selama ingatan responden masi memungkinkan, Andi Prastowo (2016). Salah satu kelebihan penggunaan metode kualitatif ialah data yang didapatkan lebih bersikap lengkap dan mendalam sehingga penelitian ini diharapkan dapat mencapai kreadibilitas yang tinggi dari data yang diperoleh, Sugiyono (2005). Seperti yang ditunjukkan, dengan *natural observation* memberikan deskripsi mendalam tentang perihal yang sedang diteliti. Penelitian kualitatif pada penelitian ini untuk mendiskripsikan dan menganalisis Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Layanan Wisata ramah muslim: Studi Pada Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di beberapa Agen Travel Muslim yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta sebagaimana untuk mempresentasikan judul penelitian. Adapun waktu penelitian akan diadakan selama kurang lebih enam bulan. Adapun tahap Penelitian dimulai dari pengajuan proposal penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan penyusunan laporan penelitian.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dan objek pada penelitian merupakan sumber utama dalam penelitian yang memiliki data tentang variabel yang diteliti. Adapun untuk menentukan subjek dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel data dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini dilakukan dengan cara manentukan responden yang dianggap paling mengetahui informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Untuk mendapatkan informasi yang akurat responden harus memenuhi kualifikasi 3M (mengetahui, mengalami, dan memahami). Oleh karena itu, objek sampel yang diambil oleh peneliti untuk menjadi sumber data dalam penelitian ini meliputi supervisor, pembina mentoring keagamaan, dan karyawan dari beberapa Agen Travel Wisata Ramah Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Creswell menyatakan bahwa peneliti kualitatif mengumpulkan data sendiri dengan cara menelaah dokumen, mengamati perilaku, dan mewawancarai peserta Creswell, (2007). Sumber data yang diperlukan penulis sebagai pedoman adalah sebagai berikut :

1. Data Primer, yaitu data yang didapatkan atau diperoleh secara langsung dari Wisatawan Muslim Pada Agen Travel Muslim

Daerah Istimewa Yogyakarta, yang dalam hal ini adalah konsumen dari PT. Nur Assyfa Berkah mengenai Analisis Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Layanan Wisata ramah muslim: Studi Pada Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Data Sekunder, yaitu data yang didapatkan atau diperoleh melalui buku-buku atau *literature*, artikel, browsing via internet, dan dengan cara mengumpulkan data yang telah disusun sebelumnya oleh peneliti sebelumnya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data kualitatif sepenuhnya digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan beberapa teknik untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data sangat penting dalam melakukan penelitian karena penelitian kualitatif membutuhkan data sebagai sumber utama untuk mengetahui hasil penelitian. Peneliti menggunakan beberapa instrumen seperti pertanyaan wawancara, lembar observasi, dan dokumen untuk memperoleh data. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Menurut Sujarweni Wiratna, (2014) observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Metode observasi merupakan salah satu varian dari metode pengumpulan data yang memiliki karakter metodologis yang kuat. Dalam metode observasi tidak hanya proses mengamati atau merekam tindakan, melainkan juga dapat memberikan kemudahan informasi yang didapat dari asal lokasi penelitian. Dalam kegiatan observasi penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi partisipatif, dengan begitu peneliti mengamati secara langsung dengan berkunjung ke lokasi Agen Travel Wisata Ramah Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta untuk

memperoleh data dan informasi mengenai Analisis Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Layanan Wisata Ramah Muslim: Studi Pada Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun proses pengumpulan datanya peneliti melakukan observasi untuk mengetahui kondisi lokasi di Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta yang bertempat dibeberapa wilayah yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta, seperti pada Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, dan sebagainya. Dalam melakukan kegiatan observasi ini, peneliti perlu melakukan izin untuk mengamati beberapa sistem ataupun layanan yang ada pada masing-masing travel halal tersebut, selain perihal izin peneliti juga mengamati kegiatan spiritual keagamaan untuk memperoleh data yang lebih lengkap terkait pengaruh penanaman nilai-nilai spiritual company terhadap peningkatan kinerja karyawannya. Hasil observasi tersebutdigunakan peneliti sebagai sumber rujukan untuk pengolahan data penelitian.

2. Wawancara

Menurut Saptutyningsih and Setyaningrum (2019), wawancara merupakan kegiatan tanya jawab antara pewawancara dengan narasumber dengan tujuan untuk menggali informasi, keterangan maupun pendapat mengenai suatu permasalahan. Penulis akan mewawancarai Wisatawan Muslim Pada Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta. Wawancara yang dilakukan merupakan wawancara *in depth*. Peneliti membuat pertanyaan untuk melakukan wawancara mendalam dengan informan yaitu Wisatawan Muslim Pada Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta. Data yang sudah diperoleh kemudian hendak diolah dan dianalisis untuk mengetahui Analisis Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Layanan Wisata ramah muslim: Studi Pada Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta. Wawancara akan

dilaksanakan secara flexible, menyesuaikan waktu para narasumber, berikut merupakan daftar narasumber dalam penelitian ini ;

Tabel 1. Daftar Narasumber

No.	Nama	Peran dan Perjalanan
1.	Farellia Jana Dewi	Administrasi Travel & Pendamping Perjalanan
2.	Aina Amaliah	Konsumen (Singapore)
3.	Mutiara Amalia	Konsumen (Singapore)
4.	Sukanirah	Konsumen (Umrah)
5.	Bowo Rahana	Konsumen (Umrah)
6.	Ayu Yulianti	Konsumen (Yogyakarta)

3. Dokumentasi

Dokumentasi juga diperlukan dalam penelitian, guna mengambil data yang akurat dan mempertajam analisis terkait dengan objek penelitian. Tujuan digunakannya metode dokumentasi dalam Teknik pengumpulan data ialah sebagai bukti dari dokumen-dokumen yang diperlukan dalam penelitian.

F. Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2015), “studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, hal ini dikarekan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah. Dalam penelitian ini, studi kepustakaan yang diperoleh digunakan sebagai teori dasar, refensi penelitian terdahulu mengenai Analisis

Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Layanan Wisata ramah muslim: Studi Pada Agen Travel Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Sugiyono (2015) mengatakan bahwa "dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen penelitian adalah peneliti itu sendiri". Instrumen penelitian digunakan untuk mendukung langkah-langkah operasional penelitian terutama berkaitan dengan teknik pengumpulan data.

Peneliti berperan sebagai instrumen data sekaligus instrumen lain, sedangkan daftar observasi digunakan dalam fungsi definitif untuk mendukung tugas peneliti sebagai instrumen. Namun untuk membuatnya lebih valid, peneliti memvalidasi instrumen dengan bertanya kepada narasumber, kemudian melakukan beberapa revisi untuk membuat instrumen diterima dan valid. Oleh karena itu, kehadiran penelitian dalam penelitian kualitatif sangat penting. Dalam metode kualitatif, peneliti menjadi segalanya dalam keseluruhan proses penelitian.

Maka dari itu peneliti menggunakan instrumen yang berbentuk wawancara dan juga observasi untuk mempermudah peneliti dalam proses penelitian.

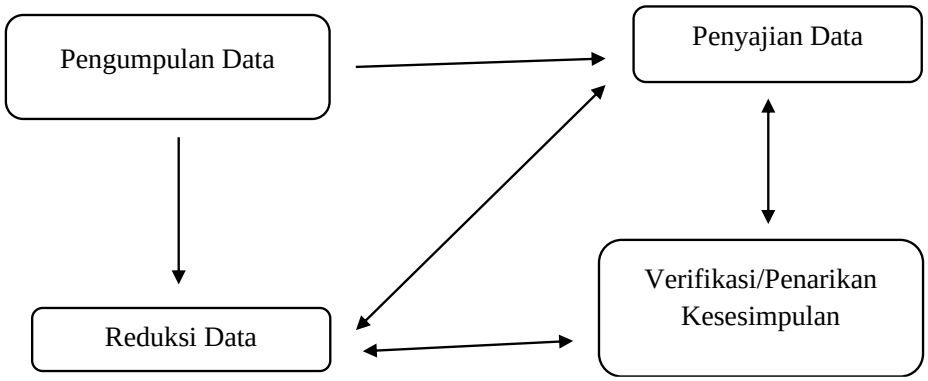
H. Teknik Analisis Data

Data yang telah didapat dan dikumpulkan akan dianalisis menggunakan metode deskriptif, yaitu metode penelitian dengan cara mengumpulkan data, disusun agar dapat dianalisis berdasarkan teori-teori yang relevan yang berhubungan dengan masalah yang dibahas untuk dapat disajikan dalam bentuk hasil penelitian.

Analisis data adalah langkah selanjutnya dari kegiatan penelitian setelah penulis melakukan data yang didapat. Dalam penelitian ini, data dianalisis dengan menggunakan analisis isi. Dalam menganalisis data,

peneliti menggunakan analisis matriks dari Miles dan Huberman yang menjelaskan analisis sebagai terdiri dari tiga arus aktivitas yang bersamaan: Reduksi Data, Tampilan Data, dan Kesimpulan, Menggambar dan Memverifikasi.

Gambar 2 Analisis data kualitatif model interaktif Miles dan Huberman



Sumber: Asfi Manzilati (2017).

Diantaranya :

a. Pengumpulan Data

Pada penelitian ini data dikumpulkan melalui observasi partisipasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

b. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi Data mengacu pada proses memilih, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mengubah data yang muncul dalam catatan lapangan tertulis atau transkripsi. Reduksi data sering pilihan paksa tentang aspek mana dari data yang dikumpulkan harus ditekankan, diminimalkan, atau disisihkan sepenuhnya untuk kepentingan penelitian. Dengan begitu, peneliti dapat memberikan gambaran yang jelas terkait kegiatan yang berbasis *spiritual company* yang dilakukan pada Layanan Agen Travel Halal sehingga dapat menarik kesimpulan.

c. *Data Display* (Penyajian Data)

Tahap selanjutnya ialah Display Data yang memaparkan atau menjelaskan proses dalam mengkomunikasikan hasil analisis data atau informasi yang telahdiolah dengan cara yang mudah dipahami dan menarik bagi audiens atau pemakaian data. Data yang sudah ada akan disajikan baik dalam bentuk tabel, grafik, penjelasan singkat, dan hubungan antara bentuk variable lainnya yang efektif dapat meningkatkan pemahaman dan membuat keputusan yang lebih baik.

d. *Conclusion Drawing and Verification* (Penarikan Kesimpilan dan Verifikasi Data)

Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dari awal pengumpulan data, kualitatif, keteraturan, pola, penjelasan, kemungkinan konfigurasi, arus kasual, dan preposisi. Verifikasi mungkin sesingkat pemikiran kedua yang sekilas melintas pikiran pengidentifikasi selama menulis. Digunakan untuk menggambarkan semua data yang akan dikumpulkan untuk dituliskan kesimpulan, yang mudah dipahami oleh peneliti lain. Adapun selama prosesnya masih bersifat sementara dan akanterus berkembang dengan adanya penemuan data-data yang mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya.

I. Kredibilitas Data

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid jika tidak ada perbedaan antara apa yang peneliti laporkan dengan kenyataan terjadi pada objek Tapi, perlu diketahui bahwa kebenaran data realitas menurut penelitian kualitatif tidak tunggal, tetapi jamak dan tergantung pada konstruksi manusia yang terbentuk dalam diri seseorang sebagai proses mentalitas individu dengan berbagai latar belakang. Untuk mengukur keabsahan data yang digunakan selama di lapangan, peneliti melakukan uji kredibilitas yaitu, penilaian ahli, triangulasi, dan waawancara rekan sejawat

1. Penilaian Akhir

Instrumen penelitian ini ditanyakan dan dikonsultasikan kepada expert judgement untuk menghindari data yang tidak perlu.

2. Triangulasi

   Pada langkah ini, peneliti berulang kali mengamati dan memeriksa data yang diperoleh. Creswell (2009) menyatakan bahwa berbagai sumber informasi data dapat dilakukan untuk memeriksa triangulasi dan menetapkan justifikasi tema yang koheren. Oleh karena itu, peneliti menggunakan informasi dari berbagai sumber data dan teori-teori ahli yang terkait untuk meningkatkan validitas data.

3. *Peer Debriefer* (Wawancara Rekan Sejawat)

   Dalam penelitian ini, peneliti meminta *peer debriefer* untuk mendiskusikan dan memeriksa data yang dipilih dan keseluruhan proyek. Dalam hal ini *peer debriefer* adalah teman sejawat peneliti yang memahami terkait dengan bidang penelitian tersebut.

J. Uji Keabsahan Data Penelitian

Uji keabsahan data dalam penelitian kulitatif berupa uji validitas internal (*credibility*), validitas eksternal (*transferability*), realibitas (*dependability*) dan obyektivitas (*confirmability*).

1. Uji Kredibilitas

   Uji kredibilitas atau kepercayaan terhadap hasil data kualitatif dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, diskusi dengan teman sejawat, menggunakan bahan referensi, analisis kasus negatif, membercheck, dan triangulasi (Sugiono, 2015).

   Triangulasi dalam uji kredibilitas data dilakukan dengan cara pengecekan data dari berbagai sumber, waktu, dan cara. Sehingga terdapat tiga model triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi waktu, dan triangulasi pengumpulan data.

2. Uji *Transferability*

   Uji transferability merupakan validitas eksternal yang digunakan untuk menunjukan ketepatan diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil. Dalam hal ini, maka peneliti harus membuat laporan secara rinci, jelas, sistematis, dan dapat dipercaya, sehingga pembaca dapat memahami dengan jelas hasil penelitian tersebut dan dapat memutuskan dapat atau tidaknya hasil penelitian tersebut di terapkan di tempat lain (Sugiono, 2015).

3. Uji Realibitas *(dependability)*

   Penelitian dapat dikatakan reliabel apabila orang lain dapat mereplika proses penelitian tersebut. Karenanya untuk menguji realibitas dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Proses audit dilakukan oleh auditor yang independen atau pembimbing yang mengaudit seluruh proses penelitian (Sugiono, 2015).

4. Uji Obyektivitas *(Comfirmability)*

   Penelitian dapat dikatakan objektif apabila disepakati oleh bnayak orang, pengujian objektifitas dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan bersamaan dengan uji realibitas karena mirip. Apabila hasil dari penelitian merupakan hasil dari proses penelitian maka penelitian tersebut sudah memenuhi standar obyektifitas (Sugiono, 2015).

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian Naba Tours

1. Profil Singkat Naba Tours

PT Nur Assyfa Berkah memulai aktivitas pelayanan tamu-tamu Allah ke Baitullah sejak bulan Maret tahun 2017, dengan official office di Makassar tepatnya di Jl. A.P. Petarani Ruko New Zamrud Blok F7-F8 Makassar. Dan merupakan Perusahaan yang bergerak dibidang ticketing maskapai, paket LA (Land Arrangement) juga melayani keberangkatan umrah dan haji khusus. PT Nur Assyfa Berkah di nahkodai oleh Bapak Ismail Haruna dan Komisarisnya adalah Ibu Hj. Nurlia yang sudah malang melintang di dunia travel umrah dan haji selama bertahun-tahun, serta memiliki tim yang berada di Indonesia dan Makkah Madinah sehingga memudahkan jamaah dalam setiap keberangkatan.

Pada tahun 2018 PT Nur Assyfa Berkah berkembang hingga Pulau Jawa, khususnya Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan letak geografis yang berjauhan antara Pulau Jawa dan Sulawesi, kantor cabang Yogyakarta mengambil Keputusan untuk membuat manajemen terpisah namun masi dalam satu Perusahaan yaitu PT Nur Assyf Berkah (NABA TOUR), sehingga dibuatlah kantor cabang yang memiliki ijin oprasional dibawah naungan Kementrian Agama Kota Yogyakarta. Salah satu cabang PT NurAssfa Berkah di Pulau jawa ialah terletak di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta, yang saat ini dikepalai oleh Ibu Eka Fitria Khairunnisa. Secara resmi pada tahun 2020 PT Nur Assyfa Berkah mendapatkan ijin PPIU (Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah) yang bernomor U.263 tahun 2020. Dan secara resmi menjadi anggota ASITA *(Association Of The Indonesian Tours And Travel Agencies).* Saat ini PT Nur Assyfa Berkah juga telah menjadi provider resmi untuk penerbitan VISA. Hal ini mempemudah kelancaran Naba Tour dalam memberangkatkan jamaah Umrah.

Dalam era digital saat ini, Naba Tours terus berinovasi dengan memanfaatkan teknologi untuk memudahkan proses pemesanan dan memberikan informasi yang lengkap kepada pelanggan. Kehadiran mereka di platform digital membuat layanan mereka lebih mudah diakses, yang merupakan nilai tambah penting bagi wisatawan modern. Naba Tour juga terus berkembang dengan memperluas jangkauan perjalanan dan lmemperbanyak paket-paket wisata ramah muslim.

2. Letak Geografis Naba Tours

Lokasi bisnis ialah tempat aktivitas usaha tersebut berlangsung atau dilakukan. Dalam hal ini Lokasi geografis Naba Tours terletak di jalan Menteri Supeno, Desa Pandeyan, Kecamatan Umbulharjo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun faktor-faktor yang menjadi pertimbangan mendasar dari pemilihan letak Perusahaan salah satunya yaitu karena sangat dekat dengan pusat kota.

3. Visi, Misi Naba Tours

Dalam sebuah Lembaga tentu selalu memiliki visi dan misi untuk mencapai suatu tujuan bersama, begitu juga dengan Naba Tours yang memiliki visi dan misi sebagai berikut:

Visi :

Melayani kesempurnaan dalam ibadah dan mengabdi untuk umat.

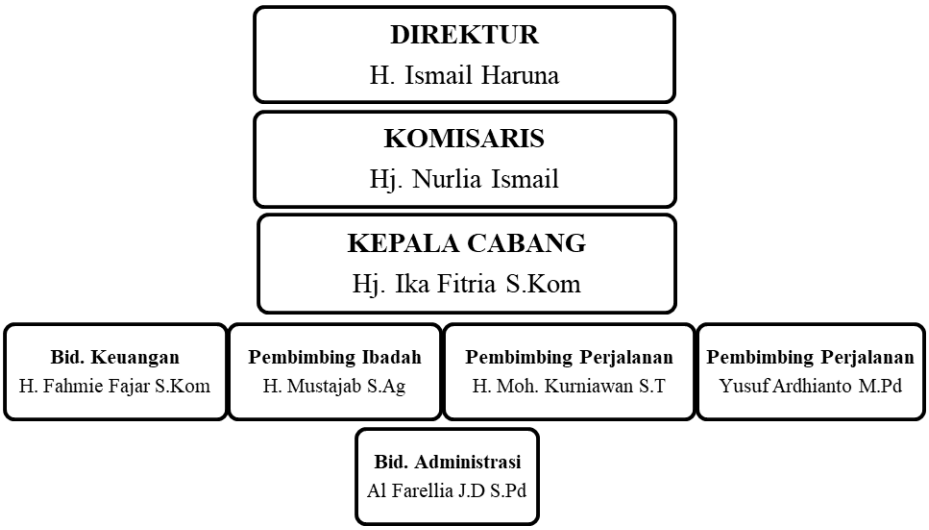
Misi :

a. Mewujudkan Impian dan keinginan umat muslim Indonesia untuk memenuhi panggilan Allah SWT yaitu pergi ke tanah suci (Baitullah).
b. Mengembangkan pelayanan dan pengabdian dalam penyelenggaraan ibadah umrah dan haji yang baik dan terintegrasi.

c. Membina ukhuwah Islamiyah, silaturahim, ta'awanu alal birri wa taqwa untuk mencapai kehidupan rahmatan lil'alamin.

4. Struktur Organisasi Naba Tours

Gambar 3 Struktur Organisasi Naba Tours



Bagan diatas dapat dijelaskan pula dalam poin-poin berikut :

a. Direktur

Direktur dalam agen travel halal memiliki peran strategis dalam memastikan operasional perusahaan berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, baik dari segi layanan maupun manajemen. Kedudukannya sangat penting karena ia bertanggung jawab untuk memimpin perusahaan secara keseluruhan dan memastikan keberlangsungan usaha. Secara keseluruhan, direktur dalam agen travel halal bertanggung jawab untuk menjaga keseimbangan antara profitabilitas perusahaan dengan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam.

b. Komisaris

Dalam struktur Perusahaan, komisaris memiliki kedudukan dan tugas yang berbeda dari direktur. Komisaris lebih berperan dalam fungsi pengawasan dan penasehatan, serta memastikan

bahwa manajemen perusahaan (yang dijalankan oleh direktur dan tim) bekerja sesuai dengan kepentingan pemegang saham dan mengikuti peraturan yang berlaku. komisaris berperan sebagai pengawas dan penasehat dan memastikan bahwa operasional perusahaan berjalan sesuai dengan syariah, regulasi, dan standar etika yang tinggi.

c. Kepala Cabang

Kepala cabang dalam agen travel ramah muslim memainkan peran kunci dalam menjalankan operasional cabang, menjaga kualitas layanan, memastikan kepatuhan syariah, dan mencapai target bisnis. Dengan tanggung jawab untuk mengelola sumber daya manusia, keuangan, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan mitra lokal, kepala cabang berperan sebagai penghubung antara manajemen pusat dan komunitas lokal yang dilayaninya.

d. Bidang Keuangan

Bidang keuangan dalam agen travel halal memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas finansial perusahaan sekaligus memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Dengan tanggung jawab mengelola arus kas, pengeluaran, pengelolaan dana syariah, dan penyusunan laporan keuangan, bidang ini memastika operasional perusahaan berjalan lancar sesuai dengan syariat atau hukum Islam dan regulasi keuangan yang berlaku.

e. Bidang Administrasi

Bidang administrasi dalam agen travel halal memiliki peran vital dalam menjaga kelancaran operasional perusahaan.Bidang ini bertugas dalam mengelola seluruh aspek operasional yang terkait dengan pengarsipan, pengolahan data, dan pengaturan kegiatan internal perusahaan. Bidang ini memastikan semua prosedur administrasi berjalan sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Perusahaan.

f. Pembimbing Ibadah dan Perjalanan

Pemandu ibadah dan perjalanan memiliki tugas utama membimbing ibadah, mengoordinasikan perjalanan, memberikan informasi tentang destinasi, menjaga kualitas layanan halal, serta memastikan kelancaran perjalanan, baik dari aspek ibadah maupun logistik. Mereka menggabungkan fungsi sebagai pembimbing spiritual dan penanggung jawab perjalanan, serta bertindak sebagai penghubung antara jamaah dan agen travel untuk memastikan pengalaman perjalanan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

5. Layanan atau Service

a. Adanya pendampingan pada saat pemberkasan seperti pembuatan paspor dan vaksin meningitis.
b. Pengantaran koper dan perlengkapan umrah ke Lokasi jamaah.
c. Jamaah mendapatkan koper hard case untuk bagasi dan kabin, serta lengkap dengan keperluan kain ihram dan mukena beserta seragam travel dan accessories lainnya.
d. Diadakannya manasik sebanyak tiga kali yaitu dua kali di Indonesia dan satu kali di Madinah.
e. Pendampingan oleh pembimbing yang sudah berpengalaman dan kompeten.
f. Pengelompokan anggota secara adil dan merata.
g. Fasilitas dan akomodasi terjamin.
h. Tuntunan ibadah sesuai syar'I dan sunnah.
i. Adanya program kajian rutin selama di Tanah suci.
j. Terintegrasinya tim sejak keberangkatan hingga kepulangan ke Indonesia.
k. Merchandise dari travel kepada konsumen berupa buah tangan dan sertifika.

B. Persepsi dan Preferensi Wisatawan Muslim terhadap Layanan Wisata Ramah Muslim

1. Sajian Hasil Penelitian

Ketersediaan wisata halal memiliki kepentingan yang signifikan bagi sejumlah wisatawan, terutama bagi mereka yang menjalankan prinsip-prinsip keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Bagi wisatawan muslim, paket wisata halal memastikan bahwa aktivitas wisata mereka sesuai dengan ajaran agama islam. Ini termasuk mematuhi aturan tentang makanan, pakaian, dan aktivitas sehari-hari yang sesuai dengan syariat. Dengan memilih wisata halal, wisatawan dapat merasa lebih nyaman karena mereka tidak perlu khawatir dengan hal-hal yang bertentangan dengan nilai-nilai keagamaan mereka. Ini mencakup fasilitas akomodasi yang memadai, makanan halal, dan lingkungan yang mendukung untuk beribadah. Wisata halal sering kali disusun dengan mempertimbangkan kebutuhan khusus wisatawan muslim, seperti fasilitas untuk salat, waktu-waktu makan yang diatur, dan pilihan destinasi yang tidak bertentangan dengan prinsip keagamaan mereka

Hasil penelitian melalui wawancara terhadap responden, persepsi dan preferensi terhadap layanan wisata ramah muslim diukur dengan menggunakan tujuh aspek yaitu pengalaman umum, kualitas layanan ramah muslim, kualitas pemandu perjalanan ramah muslim, pelayanan akomodasi dan logistik, kemudahan dan kepuasan layanan, kepuasan dan harapan, dan perbandingan dengan layanan lain. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan terkait perjalanan wisata ramah muslim. Wawancara dilakukan dengan lima narasumber, yaitu konsumen yang menggunakan perjalanan dengan layanan wisata ramah muslim tersebut.

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber Persepsi terhadap Layanan Wisata Ramah Muslim sebagian besar dari responden memiliki persepsi positif terhadap layanan yang diberikan

oleh wisata ramah muslim di Yogyakarta. Faktor yang paling dihargai oleh wisatawan adalah kemudahan dalam proses pemesanan, tersedianya akomodasi ramah muslim, serta informasi yang jelas mengenai jadwal kegiatan serta ibadah selama perjalanan.

Preferensi Wisatawan Muslim dari hasil penelitian menunjukan bahwa wisatawan muslim lebih memilih agen perjalanan yang menawarkan layanan komprehensif, termasuk penyediaan makanan halal, waktu dan tempat untuk shalat, serta destinasi wisata yang bebas dari aktivitas non-halal. Faktor harga juga menjadi pertimbangan penting, namun aspek-aspek halal lebih dominan dalam pegambilan keputusan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan kepercayaan terhadap agen perjalanan, pengalaman positif dari teman atau keluarga, serta ulasan online menjadi faktor utama yang mempengaruhi Keputusan wisatawan muslim dalam memilih wisata ramah muslim. Beberapa wisatawan juga menyebutkan bahwa reputasi agen perjalanan dalam memberikan layanan halal yang konsisten merupakan hal yang sangat penting.

Persepsi wisatawan muslim terhadap wisata ramah muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta sangat positif, terutama dalam hal pelayanan yang sesuai dengan syariah. Preferensi wisatawan muslim lebih berfokus pada aspek-aspek yang menjamin kenyamanan spiritual selama perjalanan. Oleh karena itu, wisata ramah muslim diharapkan terus meningkatkan kualitas layanan mereka, terutama dalam memberikan informasi yang jelas dan akurat.

2. Pembahasan Penelitian

Pariwisata halal memiliki peluang yang cukup besar untuk berkembang. Negara-negara di seluruh dunia mengmbil peluang tersebut, terlepas apakah itu negara muslim ataupun negara non-muslim. Negara-negara muslim terus bersaing untuk menjadi sub halal.

Menurut laporan GMTI (2018), pertumbuhan pariwisata halal disebabkan oleh beberapa faktor yaitu, Pertumbuhan populasi muslim, Pertumbuhan pendapatan kelas menengah muslim, Populasi generasi muslim milenial, Meningkatnya akses terhadap informasi travel, dan meningkatnya penyedia jasa travel yang mengakomodir kebutuhan ibadah muslim (muslim-friendly). Menurut data GMTI (2019) Indonesia saat ini menempati pringkat pertama, sama seperti malaysia dengan skor 78 untuk pariwisata halal.

Paket wisata halal tidak hanya memberikan kenyamanan praktis bagi wisatawan Muslim, tetapi juga memainkan peran penting dalam mempromosikan toleransi, penghargaan terhadap perbedaan, dan pertumbuhan sektor pariwisata secara keseluruhan baik di dalam negeri maupun luar negeri. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Anholt (2005), menyatakan bahwa pariwisata merupakan aspek yang sering dipromosikan disetiap daerah. Berkaitan dengan itu Kementrian Pariwisata Indonesia menyatakan bahwa pengembangan brand halal tourism telah mencapai puncak. Hal tersebut terbukti dengan promosi-promosi menggunakan "Wonderful Indonesia" sebagai pemasaran. Untuk membangkitkan minat wisatawan halal MUI menyelenggarakan kegiatan konfrensi internasional tentang wisata halal *(International Halal Toursm Confernce)* di Lombok, Nusa TenggaraBarat. Hal tersebut manandakan bahwa pemerintah juga berpartisipasi dalampengembangan pariwisata halal.

Penelitian menyoroti berbagai aspek penting yang terkait dengan persepsi dan preferensi wisatawan muslim terhadap layanan wisata ramah muslim yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta (D.I.Y.) Pembahasan ini akan menguraikan temuan utama dari survei yang telah dilakukan dan menghubungkannya dengan penelitian terdahulu serta teori yang relevan.

a. Persepsi Wisatawan Muslim terhadap Layanan Wisata ramah muslim

Berdasarkan hasil analisis, sebagian besar responden memiliki persepsi positif terhadap layanan yang ditawarkan oleh wisata ramah muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta. Faktor-faktor utama yang membentuk persepsi positif ini meliputi :

1. Ketersediaan Makanan Halal

   Pada kegiatan berwisata, makanan adalah salah satu hal yang dinanti oleh wisatawan. Berkuliner menjadi hal yang menyenangkan sebab tiap daerah umumnya memiliki ciri khas makanannya masing-masing. Bagi wisatawan muslim, maka mendapatkan makanan halal yang dikonsumsi adalah hal yang wajib. Halal dalam konteks makanan dan juga minuman ialah berbagai hal yang boleh maupun tidak boleh dikonsumsi oleh umat muslim sebagaimana dalam hal ini tertuang pada Al-Quran dan Sunnah Rasul dan sesuai dengan temuan Kusumaningtyas M & Lestari S., (2020).

   Sebagian besar wisatawan muslim menganggap ketersediaan makanan halal sebagai salah satu aspek paling penting dalam menentukan kualitas wisata ramah muslim, hal ini dikarenakan makanan menjadi hal yang sangat dinanti ketika berkunjung ke suatu tempat. Di Daerah Istimewa Yogyakarta, ada banyak sekali kuliner yang menjadi ciri khas daerah tersebut, namun tanpa adanya kepastian bahwa makanan tersebut ialah halal, hal tersebut akan membuat wisatawan muslim menjadi resah.

   Temuan ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Battour *et al*. (2018), yang juga menunjukan bahwa akses mudah ke makanan halal adalah faktor krusial bagi wisatawan muslim. Agen wisata yang menawarkan kemudahan dalam akses terhadap makanan halal, akan lebih dipilih.

Permintaan wisatawan muslim terhadap agen wisata adalah hal yang berkaitan dengan sehari-hari, salah satunya adalah makanan. Hal tersebut merupakan standar dasar wisatawan muslim dalam menentukan agen wisata sehingga hal ini sudah semestinya diperhatikan, tertuang dalam temuan Al Kautsar I, (2022). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa agen wisata ramah muslim yang menyediakan layanan terkait jaminan ketersediaan makanan halal membuat presepsi wisatawan menjadi baik

2. Fasilitas Ibadah

Umat Islam memiliki kewajiban dalam menjalankan ibadah sholat, dimana dalam sehari umat Islam menjalankan sholat sebanyak lima kali. Sejumlah waktu sholat berada pada rentang waktu yang berdekatan, misalnya antara dhuhur dengan ashar serta maghrib dengan isya. Sehingga, pelaksanaan ibadah tersebut harus segera dilaksanakan. Kemudahan dalam menemukan fasilitas ibadah menjadi pertimbangan yang penting bagi wisatawan muslim, sebab dengan begitu maka wisatawan akan nyaman dalam berekreasi tanpa takut meninggalkan kewajibannya bagi umat muslim.

Persepsi positif juga muncul terkait penyediaan fasilitas ibadah selama perjalanan, seperti akses ke masjid atau tempat ibadah, serta jadwal perjalanan yang memungkinkan waktu shalat. Hal ini mendukung penelitian dari Rahman *et al*. (2020), di mana wisatawan muslim lebih memilih agen perjalanan yang memperhatikan kebutuhan spiritual mereka.

Hal ini sebab dalam peneltian Jafari serta Scott berpendapat bahwa pariwisata islam sejatinya adalah pengalaman berwisata dengan cara baru yang didasarkan pada perjalanan yang mengkombinasikan unsur religi dan unsur rekreasi. Hal ini dengan demikian harus sesuai dengan karakter

syariah, yakni terkait ketersediaan tempat ibadah sehingga wisatawan tetap bisa menjalankan kewajiban ibadahnya meskipun sedang berekreasi, sesuai dengan temuan Al Kautsar *et al.*, (2022). Dapat disimpulkan bahwa fasilitas ibadah mempengaruhi presepsi wisatawan muslim dalma pemilihan agen wisata.

3. Pengalaman Layanan

Wisatawan muslim mengapresiasi agen perjalanan yang menyediakan layana ramah dan sesuai dengan prinsip syariah. Hal ini menunjukkan bahwa selain aspek kehalalan, kualitas layanan secara umum, seperti keramahan dan kenyamanan, juga sangat penting.

Salah satu penelitian yang dijalankan Ridlo et al., (2021) mengungkapkan bahwasannya agen wisata yang pelayanannya masih tidak sepenuhnya menerapkan prinsip syariah seperti pemutaran lagu atau video yang tidak sesuai dengan prinsip syariah, tempat wisata yang masih bersama sama dnegan lawan jenis mendapatkan pandangan yang kurang baik dari wisawatan yang menggunakan biro perjalanan di salah satu kota tersebut.

Berbeda dengan agen perjalanan dalam objek penelitian ini, bahwasannya layanan yang diberikan hampir semuanya telah sesuai dengan prinsip syariah. Sehingga dengan demikian, mereka memiliki presepsi yang positif. Persepsi positif ini menunjukkan bahwa wisata ramah muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta telah berhasil dalam memenuhi kebutuhan khusus wisatawan muslim, sesuai dengan temuan Zamani-Farahani & Musa (2012) yang menekankan pentingnya layanan berkualitas.

b. Preferensi Wisatawan Muslim dalam Memilih Wisata ramah muslim

Preferensi wisatawan muslim dalam memilih wisata ramah muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta ditentukan oleh beberapa faktor. Dari hasil survei, faktor-faktor utama yang mepengaruhi preferensi mereka meliputi :

1. Kepatuhan terhadap Prinsip Syariah

   Mayoritas responden menyatakan bahwa kepatuhan agen perjalanan terhadap prinsip-prinsip syariah adalah faktor penentu dalam pemilihan layanan. Mereka menginginkan agen perjalanan yang benar-benar memahami dan menerapkan nilai-nilai islam dalam setiap aspek perjalanan, seperti memastikan tidak ada aktivitas wisata yang bertentangan dengan ajaran islam. Preferensi ini mencerminkan temuan dari Zamani-Farahani & Musa (2012) yang menunjukkan bahwa wisatawan muslim sangat menghargai transparansi dan komitmen agen dalam menyediakan layanan halal.

   Hal ini sesuai dengan studi yang dijalankan oleh Battour dalam Sudigdo (2018) yang mana menyebutkan bahwasannya aspek dasar moralitas islam melibatkan kesopanan umum dengan menghindari titik-titik merah dan praktik, saluran dewasa, pencampuran gratis antara pria dan perempuan berpengaruh pada preferensi wisatawan muslim. Dengan kata lain, sudah semestinya agen wisata memperhatikan prinsip-prinsip Islam.

   Sehingga bisa disimpulkan bahwasannya agen wisata muslim Naba Tours telah menerapkan kepatuhan pada prinsip-prinsip muslim dalam penyediaan layanan agen wisata berpengaruh positif pada preferensi wisatawan muslim dalam kaitannya pemilihan agen wisata.

2. Fleksibilitas Layanan

   Wisatawan muslim cenderung lebih memilih agen perjalanan yang menawarkan fleksibilitas dalam penjadwalan

perjalanan, terutama terkait dengan waktu ibadah. Hal ini penting karena waktu shalat merupakan salah satu bagian esensial dalam kehidupan seorang muslim. Misalnya, meskipun belum sampai di destinasi wisata, biro perjalanan segera berhenti di tempat beribadatan sehingga wisatawan muslim dapat menjalankan ibadah sholat.

Agen perjalanan yang menyediakan jadwal fleksibel dan akomodasi yang mendukung kegiatan ibadah lebih diprioritaskan oleh wisatawan. Preferensi ini sesuai dengan temuan Battour *et al*., (2018) yang menyatakan bahwa layanan yang sesuai dengan kebutuhan spiritual adalah integral dari pariwisata ramah muslim.

3. Harga yang Kompetitif

Meskipun kepatuhan terhadap prinsip syariah adalah prioritas utama, harga jual menjadi pertimbangan penting bagi wisatawan musim. Responden cenderung memilih agen perjalanan yang menawarkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas layanan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan muslim juga mempertimbangkan aspek ekonomis dalam memilih agen perjalanan, sebagaimana dinyatakan oleh Rahman *et al*., (2020) yang menemukan bahwa wisatawan muslim sering membandingkan harga dan kualitas layanan sebelum membuat keputusan.

c. Keterkaitan antara Persepsi dan Preferensi

Dari hasil penelitian ini, dapat penulis simpulkan bahwa persepsi positif terhadap layanan wisata ramah muslim berpengaruh langsung terhadap preferensi wisatawan muslim. Semakin baik persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang ditawarkan, semakin tinggi kemungkinan mereka untuk memilih agen perjalanan tersebut di masa mendatang. Ini menunjukan bahwa agen perjalanan yang dapat memenuhi harapan dan

kebutuhan spesifik wisatawan muslim akan lebih mudah memenangkan loyalitas pelanggan. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa persepsi yang baik terhadap layanan halal berkontribusi signifikan terhadap preferensi dan loyalitas pelanggan (Battour et al., 2018; Rahman et al., 2020).

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Kotler, kepuasan konsumen *(customer)* adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Philip Kotler & Lane Keller, 2000:52).

Dari pendapat yang diuraikan diatas, simpulan dalam penelitian mengenai persepsi wisatawan muslim terhadap layanan wisata ramah muslim di Yogyakarta dapat dikaitkan dengan teori Kotler dan Keller, yang menekankan pentingnya memahami kebutuhan dan keinginan konsumen serta memberikan nilai melalui produk atau layanan yang relevan. Dalam konteks ini, wisata ramah muslim harus memastikan bahwa layanan yang mereka tawarkan sesuai dengan ekspektasi wisatawan Muslim, termasuk aspek halal dalam perjalanan, akomodasi, dan makanan. Berdasarkan teori Kotler dan Keller, agen perjalanan perlu mengelola pemasaran yang efektif dengan memahami segmen pasar mereka yaitu wisatawan musim, mengembangkan diferensiasi layanan seperti melakukan sertifikasi halal, serta membangun brand *loyalty* dengan memberikan pengalaman yang memuaskan.

Dari hasil penelitian, menunjukan bahwa persepsi wisatawan muslim terhadap layanan perjalanan halal yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta dominan positif, maka hal ini menunjukkan

bahwa agen perjalanan di Yogyakarta telah berhasil menerapkan konsep pemasaran sesuai dengan teori Kotler dan Keller, yakni memberikan layanan yang berorientasi pada kebutuhan spesifik konsumen muslim dan membangun hubungan jangka panjang melalui kepuasan konsumen.

d. Implikasi bagi Pengembangan Industri Pariwisata Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa persepsi wisatawan muslim terhadap layanan ramah muslim memiliki dampak yang signifikan terhadap pengembangan pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan meningkatnya jumlah wisatawan muslim baik dari dalam maupun luar negeri, kebutuhan akan layanan wisata yang ramah muslim juga semakin meningkat. Dari perspektif industri, persepsi wisatawan terhadap layanan ramah muslim dapat menjadi indikator penting bagi pengembangan pariwisata. Hasil ini memberikan implikasi bahwa sektor pariwisata di Yogyakarta perlu lebih responsif terhadap tren global dalam pariwisata halal.

Penelitian ini juga mengungkap pentingnya kolaborasi antara pemerintah daerah, agen perjalanan, penyedia akomodasi, serta komunitas lokal untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan wisata halal. Kerja sama yang solid dapat mempercepat proses adaptasi industri pariwisata terhadap kebutuhan spesifik wisatawan Muslim dan menciptakan citra positif bagi Yogyakarta sebagai destinasi wisata ramah Muslim. Berdasarkan hasil analisis persepsi dan preferensi wisatawan muslim menunjukkan bahwa Yogyakarta memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai wisata halal yang unggul, asalkan diimbangi dengan perbaikan infrastruktur, inovasi produk wisata, dan strategi pemasaran yang efektif. Dengan memahami kebutuhan dan harapan wisatawan Muslim, industri pariwisata di Yogyakarta dapat lebih responsif dalam menyediakan layanan yang sesuai,

sehingga meningkatkan daya saingnya dalam pasar wisata halal nasional dan internasional.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Khan *et al,* (2019) menyoroti bahwa destinasi dan pelayanan wisata yang memperhatikan kebutuhan muslim tidak hanya menarik wisatawan domestik, tetapi juga menarik wisatawan internasional dari negara-negara mayoritas muslim. Implikasi dari hasil penelitian di Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan potensi besar untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dari negara-negara seperti Malaysia, Brunei, dan negara-negara Timur Tengah lainnya.

Dari hasil analisis persepsi wisatawan tidak hanya memberikan peluang bagi pertumbuhan industri, tetapi juga menyoroti tantangan yang harus dihadapi. Di satu sisi, pengembangan wisata ramah muslim bisa memperluas dan meningkatkan pasar, terutama dengan semakin populernya wisata halal di kalangan wisatawan internasional. Namun, tantangan yang dihadapi ialah memastikan kualitas layanan tetap konsisten dan sesuai dengan standar global, serta mengatasi kendala-kendala operasional seperti sertifikasi halal dan penyediaan sumber daya manusia yang terlatih dalam melayani wisatawan muslim.

Implikasi dari wisata ramah Muslim pada perkembangan pariwisata menunjukkan bahwa konsep ini bukan hanya strategi bisnis, tetapi juga pendekatan holistik yang memperhatikan nilai-nilai budaya, sosial, dan keberlanjutan. Dengan menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim, destinasi dapat meningkatkan daya saingnya dalam pasar global, memperluas pangsa pasar, dan berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Penerapan wisata ramah Muslim juga membantu menciptakan pariwisata yang lebih inklusif dan etis, sehingga meningkatkan pengalaman wisata yang positif bagi semua pengunjung, terlepas dari latar belakang mereka.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Diketahui pula bahwa pengembangan layanan wisata dengan nilai-nilai halal ini sebenarnya bukan menjadi sesuatu yang baru bagi Indonesia. Perilaku halal sudah menjadi DNA-nya masyarakat Muslim di negeri ini. Sehingga dapat dikatakan, sekalipun industri pariwisata yang dikembangkan itu merupakan pariwisata konvensional – sebagaimana yang selama ini telah dilakukan, namun layanan yang bernuansa halal untuk wisatawan Muslim niscaya sudah ada sejak lama. Terutama dalam hal makanan dan minuman, kemudahan menjangkau tempat ibadah, termasuk sarana kebersihan yang ada di dalamnya.

Penelitian ini menunjukan bahwa persepsi wisatawan muslim terhadap layanan wisata ramah muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta di dominasi oleh pandangan positif, terutama terkait dengan aspek makanan halal, fasilitas ibadah, dan kualitas layanan. Preferensi wisatawan muslim lebih mengutamakan kepatuhan terhadap prinsip syariah, fleksibilitas layanan, dan harga yang kompetitif. Wisata ramah muslim yang mampu memenuhi kebutuhan ini berpeluang besar untuk memenangkan loyalitas wisatawan muslim dan menjadi pemimpin pasar di sektor pariwisata ramah muslim. Hasil analisis persepsi wisatawan muslim memberikan wawasan penting bagi pengembangan industri pariwisata yang lebih inklusif dan ramah bagi wisatawan muslim. Persepsi positif terhadap layanan wisata ramah muslim menunjukkan bahwa wisatawan muslim merasa kebutuhan mereka, seperti makanan halal, tempat ibadah, dan fasilitas yang sesuai syariah, telah terpenuhi dengan baik. Berdasarkan persepsi wisatawan muslim di atas, memiliki implikasi pada kepercayaan dan minat wisatawan terhadap wisata ramah muslim yang ada di Yogyakarta. Hal tersebut akan berpengaruh pada peningkatan kunjungan wisatawan muslim baik domestik maupun

mancanegara. Selain itu, akan terjadi perkembangan pada industri halal di Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Saran

Penelitian ini membuktikan bahwa dampak yang ditimbulkan oleh kepuasan wisatawan adalah memediasi secara penuh. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan memiliki peran penting dalam penentuan apakah wisatawan akan berkunjung kembali atau tidak.

Saran untuk pengelola sebaiknya lebih memperhatikan hal-hal yang menjadi kebutuhan wisatawan khususnya yang berhubungan dengan prinsip-prinsip syariah sehingga destinasinya memiliki keunggulan bersaing dibanding dengan destinasi wisata lainnya yang sejenis.

Untuk memperkuat sektor wisata ramah muslim, agen perjalanan di Daerah Istimewa Yogyakarta perlu terus melakukan peningkatan standar layanan halal, peningkatan kualitas dan variasi layanan, pelatihan staf mengenai layanan halal, memperluas pengembangan kerja sama dengan pelaku industri lain, memperluas pemasaran dan edukasi halal yang lebih efektif, serta pemanfaatan teknologi digital. Saran-saran ini diharapkan dapat membantu wisata ramah muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta meningkatkan kualitas layanan, memperkuat posisi wisata ramah muslim di industri pariwisata, serta menjadikan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai destinasi yang semakin ramah bagi wisatawan muslim.

DAFTAR PUSTAKA

Al Kautsar I, W. M. & Y. L. A. (2022). Bisnis Pariwisata ramah muslim Bagi Keluarga Muslim Di Indonesia Dalam Persfektif Maqashid Al-Syari'ah. *Istinbath Jurnal Hukum*.

Al Kautsar, I., Wahyu Muhammad, D., & Yuni Lestari, A. (2022). Bisnis Pariwisata ramah muslim Bagi Keluarga Muslim Di Indonesia Dalam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah. *Istinbath Jurnal Hukum*. Diakses pada: http://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/istinbath/index

Andi Prastowo. (2016). *Memahami Metode-Metode Penelitian*. , 201.

Anggita Permata Yakup. (2019). *Pengarus Sektor Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*.

Ashad Moshin. (2020). "Halal Tourism Is Traveling Fast : Community Perceptions And Implications". *Journal of Digital Marketing & Management*, 18.

Azam, A. dan R. (2019). Halal Tourism: Definition, Justification, and Scopes Towards Sustainable Development. International Journal of Business, Economics and Law. *International Journal of Business, Economics and Law*, 18.

Battour, M. , I. M. (2016). Halal Tourism : Concepts, Practises, Challenges and Future. . *Tourism Management Perspectives*, 151.

Bigne, E. , S. A. , R. C. , & K. S. (2021). How Online Advertising Competes With User-Generated Content in TripAdvisor. A Neuroscientific Approach. *Journal of Business Research*, 279–288.

Creswell, J. W. (2007). Qualitative Inquiry & Research Design Choosing Among. Five Apporoaches. *California: Sage Publication*.

Creswell, J. W. (2009). *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed)*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Crompton J. and McKay S. (1997). Motives of Visitors Attending Festival Events. *Annals of Tourism Research, 2,* 425–439.

Cupian, M. F. R. M. F. (2023). "Wisatawan Terhadap Keputusan Mengunjungi Objek Wisata ramah muslim Bandung". *Visionida*, 9.

Dakwah, J., Komunika, P., & Abidin, Z. (2009). *Ketika Stress Beraksi Islam Punya Solusi*. *3*, 148–166.

Dale S. Bond, J. G. T. H. A. R. J. M. J. S. J. T. T. L. R. R. W. (2014). *B-MOBILE - A Smartphone-Based Intervention to Reduce Sedentary Time in Overweight/Obese Individuals: A Within-Subjects Experimental Trial*.

Dhasan, D., & A. M. (2019). Effects of Product Quality, Service Quality And Price Fairness On Customer Engagement And Customer Loyalty. *ABAC Journal*, 82–102.

Ekinci, Y., dan Riley., M. (1999). Measuring Hotel Quality: Back to Basics,. *International Journal of Contemporary Hospitality Management,* 287–293.

Endah Saptutyningsih dan Esty Setyaningrum. (2019). *Penelitian Kuantitatif Metode dan Analisis.* Yogyakarta: Gosyen Publishing.

Ermin Agustin, N. S. A. M. C. M. (2022). "Analisis Pelayanan Dan Konsep Wisata ramah muslim Pada Wilayah Banyuwangi (Studi Kasus Pulau Santen)". *Islamic Ekonomics and Financial Journal*, 3.

Fauzi. A. A., & Suryani. T. (2019). Measuring the effects of service quality by using CARTER model towards customer satisfaction, trust and loyalty in Indonesian Islamic banking. *Journal of Islamic Marketing*, 269–289.

Francis Buttle, S. M. (2019). *Customer Relationship Management*.

Fuad, Z. 2014. Pariwisata dalam Perspektif Islam. Diakses pada: http://www.acehtourism.info/id/pariwisata-dalam-perspektif-islam

Hamira Zamani-Farahani dan Ghazali Musa. (2012). The relationship between Islamic religiosity and residents' perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Iran: Case studies of Sare'in and Masooleh. *Tourism Management*.

Heath, E., dan Wall, G. 2012. *Mengembangkan Wisata Budaya - Terjemahan.* Bandung: CV Angkasa

Jaelani., Aan. (2017). *Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects.* IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Juli, M. 2020. Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Danau Siombak di Kota Medan. *Skripsi.* Medan: Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi.

Kartika., Lucia. 2014. Kualitas layanan sebagai faktor penentu kepuasan : JRMB, *Volume 7, No 2 Desember 2014*

Kreitner, R. dan A. K. (2010). *Organizational Behavior*. New York:McGraw-. Hill.

Kusumaningtyas M & Lestari S. (2020). Model Pengembangan Makanan dan Pariwisata ramah muslim di Indonesia. *Media Mahardika*.

Lin, C. H. (2012). Effect of Cuisine Experience, Psychologikal Well-Being, And Self-Health Perception on The Revisit Intention of Hot Springs Tourist. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 1–22.

Made, I., Aprianantа, R., Triandini, E., & Suardika, I. G. (2022). Sistem Informasi Tour Travel & Rent Car Berbasis Website di Niscaya Travel. Diakses pada: https://corisindo.stikom-bali.ac.id/penelitian/index.php/semnas/article/view/151/112

Mahfuzur Rahman, S. M. T. T. M. K. R. (2020). "The Impact Of Tourists' Perceptions On Halal Tourism Destination : A Structural Model Analysis". *Tourism Review*.

Mathieson, A. , & W. G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impact.*New York: Longman Scientific and Technical.

Maximiliano E. Korstanje. (2018). *The Mobilities Paradox: A Critical Analysis*.

McShane, S. L. & V. G. M. A. (2010). *Organizational. Behavior:Emerging Knowledge and Practice for the Real World.* New York: The. McGraw-Hill.

Mohamed Battour, F. H. M. I. E. B. (2018). The Perception of Non-Muslim Tourist Towards Halal Tourism: Evidence from Turkey and Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 9.

Mohamed Battour, F. H. M. I. G. B. (2018). "The Perception Of Non-Muslim Tourists Towards Halal Tourism : Evidence From Turkey And Malaysia". *Journal of Islamic Marketing*.

Mohd Fuaad Said, K. A. A. N. M. S. S. (2020). "Exploring Halal Tourism In Muslim-Minority Countries : Muslim Travellers' Needs And Concerns". *Jounal of Islamic Marketing*.

Mohsin, A. , R. N. , & A. B. A. (2016). Halal Tourism: Emerging Opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 137–143.

Muhammad Al Faridho Awwal dan Dewi Wahyu Setyo Rini. (2019). "Perbandingan Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat Untuk Mengunjungi Destinasi Pariwisata ramah muslim Pada Lima Kabupaten/Kota Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta". *JUMPA*, 6.

Oliver, R. L. (2016). *Satisfaction: A Behavioral Perspective On The Consumer*. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.

Parasuraman et al. (2016). *The Behaviorial Consequenses of Service Quality. New. Jersey : Prentince Hall.*

Philip Kotler & Lane Keller. (2008). Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1. In *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1*. PT. Erlangga.

Pitana, I ., dan Diarta, K. 2016. *Pengantar Ilmu Pariwisata.* Yogyakarta: Andi Offset.

Putriana dan Rimet. (2019). “Analisis Persepsi Masyarakat Muslim Dan Non Muslim Terhadap Kesiapan Destinasi Wisata Syariah Di Kota Pekanbaru Dan Padang”. *Jurnal Al-Iqtishad*, *15*.

Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *7*(1), 135. Diakses pada: https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929

Rahman, M. , M. S. , T. T. , & R. M. K. (2020). The Impact of Tourists’ Perceptions on Halal Tourism Destination: A Structural Model Analysis. *Tourism Review*.

Rahmayanty, N. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Riadi, M. (2012). Teori Persepsi.

Ridlo, M. A., Kasdi, A., Shohibul Itmam, M., Syariah, E., & Kudus, I. (2021). Implementasi Kualitas Layanan Syariah pada Biro Perjalanan Wisata OTW Tour Pati. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(2).

Rini Ardista. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Jurnal Parameter*, 6.

Ryan, C. ,. (2016). *Halal tourism. Tourism Management Perspectives* . *19*, 121–123.

Salmi Mohd Isa, P. N. C. N. U. M. (2018). “Muslim Tourist Perceived Value : A Study On Malaysia Halal Tourism”. *Journal of Islamic Marketing*.

Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian.* Jogyakarta: Andi Offset.

Satriana, E. D. and F. H. D. (2018). Halal Tourism: Development, Chance and Challenge. *Journal of Halal Product and Research*, *1*, 32.

Shayestehfar, R. , & Y. B. (2019). Bank service quality: A Comparison of Service Quality Between BSI Branches in Isfahan and Dubai. *TQM Journal*, *31*, 28–51.

So, K. K. C. & S. (2014). Customer Engagement With Tourism Brands: Scale Development And Validation. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, *38*, 304–329.

Spillane, J. (2001). *Pariwisata Indonesia (Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan)*.. Yogyakarta : Kanisius.

Sri Wahyulina, S. D. W. R. S. O. (2018). "Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana Penunjang Wisata ramah muslim Dikawasan Desa Sembalun Lawang Lombok Timur". *JMM UNRAM – Master Of Management Journal*, 7.

Sudigdo, A. (2018). Dampak Fasilitas Ibadah, Makanan Halal, dan Moralitas Islam Terhadap Keputusan Berkunjung yang Dimediasi Citra Destinasi Wisata. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 15(02).

Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Sugiyono. (2005). Memahami Penelitian Kualitatif. *Alfabeta*, 205.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

V Wiratna Sujarweni. (2014). *Metodologi Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Vargas-Sánchez, A. & M.-M. M. (2018). Halal Tourism: State of the Art. *Tourism Review*.

Walgito, B. (2005). *Bimbingan dan Konseling Studi & Karir.* Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum.* Yogyakarta: Andi.

Yollanda, Y. W. A. (2018). The Influence of Islamic Tourism on Word of Mouth about Tourism in West Sumatera. *Proceedings of the First Padang International Conference On Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2018)*.

Zaenuddin. (2022). Pengertian Oprasional & Menurut Para Ahli. diakses di *Artikelsiana*.

Zeithaml, V. A. , M. J. B. D. D. G. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6thed.* Mc.Graw-Hill. Boston.

LAMPIRAN

1. Hasil Observasi

a. Menggali informasi tekait gambaran umum dari sebuah travel yang akan menjadi objek penelitian penulis melalui informasi terpercaya, yaitu dengan brosur serta pengurus bidang administrasi dalam perusahaan tersebut.
b. Mengikuti kegiatan persiapan calon jamaah umroh yang diadakan oleh travel di Hotel Tjokro Style, serta berkesempatan untuk mewawancarai secara langsung dengan beberapa calon jamaah.
c. Mengikuti kegiatan penjemputan jamaah umroh dan berkesempatan untuk mewawancarai kembali beberapa dari jamaah umroh yang telah menggunakan travel tersebut.

2. Pedoman Wawancara

a. Pengalaman Umum
   - Bagaimana pengalaman anda menggunakan layanan agen travel halal selama ini?
   - Apakah ini pertama kali anda menggunakan agen travel halal ? Jika tidak, apa yang membuat anda memilih agen travel halal untuk perjalanan anda yang berikutnya?

b. Kualitas Layanan Halal
   - Bagaimana anda menilai kualitas layanan halal yang diberikan oleh agen travel ini, terutama dalam hal akomodasi, makanan, dan fasilitas lainnya?
   - Apakah anda merasa seluruh kebutuhan ibadah anda, seperti waktu shalat dan kemudahan akses tempat ibadah, terpenuhi selama perjalanan?

c. Kualitas Pemandu Perjalanan
   - Bagaimana anda menilai kinerja pemandu perjalanan dalam membantu anda selama perjalanan ? Apakah cukup informatif dan membantu ?
   - Apakah pemandu perjalanan memberikan informasi yang relevan dan cukup tentang destinasi-destinasi yang dikunjungi, terutama yang memiliki nilai spiritual atau historis?

- Apakah pemandu perjalanan memastikan semua layanan yang diberikan sesuai dengan prinsip halal?

d. Pelayanan Akomodasi dan Logistik
   - Bagaimana pengalaman anda terkait dengan akomodasi selama perjalanan? Apakah anda merasa fasilitas yang diberikan sudah sesuai dengan standar halal?
   - Apakah agen tavel memberikan makanan yang memenuhi standar halal, dan bagaimana anda menilai kualitasnya?
   - Bagaimana anda menilai aspek transportasi dan kenyamanan selama perjalanan?

e. Kemudahan dan Kepuasan Layanan
   - Apakah agen travel halal yang anda pilih memberikan kemudahan dalam proses pemesanan, pembayaran, dan pengurusan dokumen perjalanan?
   - Bagaimana kesan anda terhadap layanan pelanggan dari agen travel ini? Apakah mereka responsif dan membantu saat anda memiliki pertanyaan atau kendala?

f. Kepuasan dan Harapan
   - Secara keseluruhan, seberapa puas anda dengan layanan yang diberikan oleh agen travel halal ini?
   - Apakah anda akan merekomendasikan agen travel ini kepada teman atau keluarga? Dan mengapa?

g. Perbandingan dengan Layanan Non-Halal
   - Jika anda pernah menggunakan agen travel non-halal sebelumnya, bagaimana perbandingan antara layanan halal dan non-halal yang pernah anda alami?
   - Apakah faktor utama yang membuat anda memilih agen travel halal dibandingkan agen travel lainnya?

3. Transkip Wawancara

a. Transkip Wawancara I

Nama **:** Aina Amaliah

Usia **:** 30 Tahun

Waktu **:** 26 Juni 2024 (Kantor An-Naba Tour)

Perjalanan **:** Singapura

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana pengalaman anda menggunakan layanan agen travel halal selama ini?	Pastinya sangat nyaman. Bepergian dengan menggunakan travel halal sudah sangat dijamin dalam hal makanan ataupun fasilitas lainnya. Jadi, tidak perlu ribet-ribet untuk mencari tahu apa-apa sendiri, karena sudah dikasi tahu oleh pemandu perjalanan kami selama disana.
2.	Apakah ini pertama kali anda menggunakan agen travel halal? Jika tidak, apa yang membuat anda memilih agen travel halal untuk perjalanan anda yang berikutnya?	Sebelumnya dulu pernah sekali menggunakan travel halal, saat sedang umroh bersama orang tua. Saya kira bahwa travel halal itu hanya menyediakan untuk keberangkatan ke Madinah saja, tapi ternyata baru-baru itu saya tahu kalo ada travel halal yang menyediakan paket jalan-jalan ke lokasi lain selain ke Madinah dan Makkah. Kemudian juga saya memutuskan untuk mencoba bepergian dengan menggunakan agen travel halal untuk liburan, dengan harapan dari liburan tersebut banyak juga pelajaran yang dapat saya ambil.
3.	Bagaimana anda menilai kualitas layanan halal yang diberikan oleh agen	Masyaallah, selama perjalanan kemarin menggunakan layanan agen travel halal mendapatkan fasilitas yang sangat baik, dari mulai keberangkatan sampe pulang

	travel ini, terutama dalam hal akomodasi, makanan, dan fasilitas lainnya?	lagi ke rumah. Sejak saya mencoba-coba bertanya terkait paket perjalanan itu sudah mendapatkan pelayanan yang sangat baik dari admin travel ini.
4.	Apakah anda merasa seluruh kebutuhan ibadah anda, seperti waktu shalat dan kemudahan akses tempat ibadah, terpenuhi selama perjalanan?	Terpenuhi. Karena selama perjalanan disana kami diberhentikan dibeberapa masjid ketika sudah memasuki waktu untuk shalat dan kami dipersilahkan untuk melaksanakan shalat terlebih dahulu. Perjalanan akan dimulai kembali setelah semuanya selesai shalat.
5.	Bagaimana anda menilai kinerja pemandu perjalanan dalam membantu anda selama perjalanan? Apakah cukup informatif dan membantu?	Selama perjalanan menggunakan travel ini kami mendapatkan pemandu yang sangat ramah, sangat komunikatif. Jadi, selama perjalanan kemarin di Singapore kami benar-benar merasa tenang.
6.	Apakah pemandu perjalanan memberikan informasi yang relevan dan cukup tentang destinasi-destinasi yang dikunjungi, terutama yang memiliki nilai	Di setiap titik pemberhentian, tidak hanya di destinasi-destinasi yang kami tuju saja, tapi pemandu juga selalu memberikan penjelasan atau cerita dari lokasi-lokasi yang sempat kami temui atau kami berhenti di suatu perjalanan, seperti di masjid-masjid, di pasar, atau pusat kota, dan lain-lainnya.

	spiritual atau historis?	
7.	Bagaimana pengalaman anda terkait dengan akomodasi selama perjalanan? Apakah anda merasa fasilitas yang diberikan sudah sesuai dengan standar halal?	Insyaallah sudah sangat sesuai dengan standar halal. Karena semuanya sudah disiapkan dan diatur oleh pihak travel, seperti penempatan tempat duduk di transfortasi saat akan wara-wiri bepergian selama disana, sudah diatur sesuai mahramnya. Jadi, insyaallah sudah sangat sesuai.
8.	Apakah agen tavel memberikan makanan yang memenuhi standar halal, dan bagaimana anda menilai kualitasnya?	Selama disana juga makanan yang diberikan oleh trvel dijamin halal. Kami juga selalu diarahkan oleh pemandu pada tempat-tempat makan yang memang sudah dijamin kehalalannya.
9.	Apakah agen travel halal yang anda pilih memberikan kemudahan dalam proses pemesanan, pembayaran, dan pengurusan dokumen perjalanan?	Sangat dipermudah. Mulai dari saya bertanya-tanya terkait paket perjalanan yang disediakan oleh travel, kemudian pembayaran dan pengurusan berkas, hingga jadwal keberangkatan, rundown kegiatan selama melaksanakan perjalanan dengan travel, hingga kembali lagi ke rumah.
10.	Bagaimana kesan anda terhadap	Dari setiap pertanyaan yang saya ajukan selalu dijawab dengan sangat detail,

	layanan pelanggan dari agen travel ini? Apakah mereka responsif dan membantu saat anda memiliki pertanyaan atau kendala?	dengan begitu saya merasa sangat terbantu dan mengerti terkait kendala atau informasi yang kurang bisa saya tangkap.
11.	Secara keseluruhan, seberapa puas anda dengan layanan yang diberikan oleh agen travel halal ini?	Sangat puas yaa, karena kita cukup bilang bahwa kita ingin mendaftar perjalanan dengan paket yang disediakan oleh travel ini. Kemudian oleh pihak travel langsung dijelaskan secara detail yang bersangkutan dengan paket perjalanan tersebut. Kita hanya tinggal membayar dan berangkat berliburan.
12.	Apakah anda akan merekomendasikan agen travel ini kepada teman atau keluarga? dan mengapa?	Iyaa, saya akan merekomendasikan kepada beberapa keluarga saya yang akan membutuhkan travel untuk bepergian entah itu untuk melakukan ibadah umroh atau akan pergi berliburan.
13.	Jika anda pernah menggunakan agen travel non-halal sebelumnya, bagaimana perbandingan antara layanan halal dan non-halal yang pernah anda alami?	Bedanya jika di travel non-halal kita harus faham sendiri terkait sholat jamak yang kemungkinan besar kita akan melaksanakan hal tersebut sendirian. Sedangkan dalam travel halal, kita selalu disempatkan untuk mampir atau berhenti di suatu masjid untuk melaksanakan shalat dan setelahnya baru melanjutkan kembali perjalanan.

14.	Apakah faktor utama yang membuat anda memilih agen travel halal dibandingkan agen travel lainnya?	Mungkin lebih mempertimbangkan pada akomodasi atau fasilitas yang diberikan sudah pasti sesuai dengan standar halal. Apalagi jika bepergian jauh atau tempat yang lumayan asing atau bercampur dengan agama lainnya.

b. Transkip Wawancara II

Nama **:** Mutiara Amalia

Usia : 22 Tahun

Waktu : 26 Juni 2024 (Via Telepon)

Perjalanan : Singapura

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana pengalaman anda menggunakan layanan agen travel halal selama ini?	Sangat nyaman, karena disamping sudah pasti terjamin sesuai dengan syariat islam saya dengan kakak saya juga selalu mendapatkan rekomendasi-rekomendasi destinasi wisata ramah muslim selama di Singapore.
2.	Apakah ini pertama kali anda menggunakan agen travel halal? Jika tidak, apa yang membuat anda memilih agen travel halal untuk perjalanan anda yang berikutnya?	Ini pengalaman pertama saya menggunakan travel perjalanan halal, itu pun karena diajak oleh kakak saya. Saya juga baru tahu kalo ternyata pelayanannya sangat berbeda dengan travel-travel pada umumnya. Mungkin besok-besok kalo mau bepergian lagi lebih enak dengan menggunakan travel halal seperti ini, karena walaupun sedang bepergian jauh, kita selalu diingatkan untuk tetap melaksanakan sholat dan

		mendapatkan banyak cerita islami diberbagai lokasi tempat kita bepergian.
3.	Bagaimana anda menilai kualitas layanan halal yang diberikan oleh agen travel ini, terutama dalam hal akomodasi, makanan, dan fasilitas lainnya?	Fasilitas yang diberikan oleh pihak travel sangat baik, dari mulai perjalanan keberangkatan, tempat tinggal, makanan, dan tempat-tempat wisata yang direkomendasikan sangat baik dan menyenangkan.
4.	Apakah anda merasa seluruh kebutuhan ibadah anda, seperti waktu shalat dan kemudahan akses tempat ibadah, terpenuhi selama perjalanan?	Iya semuanya disediakan dan dipandu. Ketika sudah waktunya shalat, kami akan diberhentikan di masjid terdekat untuk melaksanakan shalat terlebih dahulu, dan kemudian baru melanjutkan kembali perjalanan kita.
5.	Bagaimana anda menilai kinerja pemandu perjalanan dalam membantu anda selama perjalanan? Apakah cukup informatif dan membantu?	Pemandunya *humble*, jadi selama perjalanan disana saya merasa bener-benar santai, tidak yang terburu-buru dan juga sangat menikmati perjalanannya.
6.	Apakah pemandu perjalanan memberikan	Ya, setiap tempat wisata yang kami datangi diceritakan secara detai oleh pemandu. Jadi, kita tahu tentang cerita tempat tersebut.

	informasi yang relevan dan cukup tentang destinasi-destinasi yang dikunjungi, terutama yang memiliki nilai spiritual atau historis?	Baik itu tempat main, atau tempat ibadah, atau tempat orang-orang masyarakat setempat melakukan kegiatan.
7.	Bagaimana pengalaman anda terkait dengan akomodasi selama perjalanan? Apakah anda merasa fasilitas yang diberikan sudah sesuai dengan standar halal?	Sejauh yang saya tahu, akomodasi atau fasilitas yang telah diberikan oleh pihak travel sudah sesuai dengan standar halal. Saya mengamati dari setiap sajian makanan yang diberikan dan tempat tinggal selama disana.
8.	Apakah agen tavel memberikan makanan yang memenuhi standar halal, dan bagaimana anda menilai kualitasnya?	Sajian makanan yang disediakan oleh travel halal selama kami disana selalu menyajikan makanan yang memang sudah terjamin kehalalan nya.
9.	Apakah agen travel halal yang anda pilih memberikan kemudahan dalam proses pemesanan, pembayaran, dan	Saya pribadi merasa terbantu si, karena saya tidak perlu mengurusi apapun lagi, semuanya terima beres dan tinggal berangkat.

	pengurusan dokumen perjalanan?	
10.	Bagaimana kesan anda terhadap layanan pelanggan dari agen travel ini? Apakah mereka responsif dan membantu saat anda memiliki pertanyaan atau kendala?	Khususnya dengan pemandu yang ramah dan humble, segala pertanyaan ataupun kendala yang terjadi selama perjalanan semuanya dibantu.
11.	Secara keseluruhan, seberapa puas anda dengan layanan yang diberikan oleh agen travel halal ini?	Puas dong. Bisa liburan tapi tetap mendapat banyak cerita pembelajaran baru di lokasi tempat kami liburan, mulai dari aspek umum hingga cerita islami di lokasi tersebut.
12.	Apakah anda akan merekomendasikan agen travel ini kepada teman atau keluarga? Dan mengapa?	Saya akan merekomendasikan kepada teman-teman yang akan berlibur, lebih nyaman menggunakan agen travel halal.
13.	Jika anda pernah menggunakan agen travel non-halal sebelumnya, bagaimana perbandingan antara	Mungkin bedanya juga bisa terlihat dari rundown kegiatan yang diberikan kepada penumpang yaa. Dan dari destinasi-destinasi yang didatangi juga itu sepertinya berbeda.

	layanan halal dan non-halal yang pernah anda alami?	
14.	Apakah faktor utama yang membuat anda memilih agen travel halal dibandingkan agen travel lainnya?	Akomodasi dan fasilitas, serta rekomendasi orang mungkin bisa juga jadi faktornya.

c. Transkip Wawancara III

Nama **:** Sukanirah

Usia **:** 53Tahun

Waktu **:** 2 Agustus 2024 (Hotel Tjokro Style)

Perjalanan **:** Ibadah Umrah

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana pengalaman anda menggunakan layanan agen travel halal selama ini?	Alhamdulillah, perjalanan ibadah umroh saya kemarin lancar, tidak ada kendala apapun selama disana. Semua kegiatannya ditemani oleh pemandu dari travel.
2.	Apakah ini pertama kali anda menggunakan agen travel halal? Jika tidak, apa yang membuat anda memilih agen travel halal untuk	Ini pengalaman pertama menggunakan travel halal selama bepergian. Alhamdulillah nyaman, sangat terbantu untuk melaksanakan apapun.

	perjalanan anda yang berikutnya?	
3.	Bagaimana anda menilai kualitas layanan halal yang diberikan oleh agen travel ini, terutama dalam hal akomodasi, makanan, dan fasilitas lainnya?	Fasilitas yang diberikan oleh travel selama disana sangat baik, seperti tempat tinggal selama disana, terus kendaraan yang digunakan selama melaksanakan tour lokasi-lokasi disana juga sangat nyaman.
4.	Apakah anda merasa seluruh kebutuhan ibadah anda, seperti waktu shalat dan kemudahan akses tempat ibadah, terpenuhi selama perjalanan?	Terpenuhi. Tempat tidur dengan masjid itu tidak terlalu jauh, jadi jamaah umrah bisa dengan mudah ke masjid untuk shalat dan membaca Al-Qur'an.
5.	Bagaimana anda menilai kinerja pemandu perjalanan dalam membantu anda selama perjalanan? Apakah cukup informatif dan membantu?	Pemandunya juga baik. Ketika ada jamaah yang membutuhkan sesuatu selalu dibantu. Selalu mengirim jadwal kegiatan setiap harinya, jadi kami tahu akan ada kegiatan apa saja di hari ini atau kegiatan untuk hari besok.
6.	Apakah pemandu perjalanan memberikan	Iya, kalo sedang datang ke lokasi-lokasi bersejarah di Makkah dan Madinah selalu diceritakan sejarahnya, terus fungsi

	informasi yang relevan dan cukup tentang destinasi-destinasi yang dikunjungi, terutama yang memiliki nilai spiritual atau historis?	tempatnya dahulu dan sekarang. Dikenalkan pada tempat-tempat bersejarah pada zamannya Nabi Muhammad SAW dengan para sahabat.
7.	Bagaimana pengalaman anda terkait dengan akomodasi selama perjalanan? Apakah anda merasa fasilitas yang diberikan sudah sesuai dengan standar halal?	Sudah, sudah sesuai dengan standar halal. Karena keberangkatan kita juga ke tanah suci, jadi fasilitas-failitas yang tersedia pasti sudah berstandar halal.
8.	Apakah agen tavel memberikan makanan yang memenuhi standar halal, dan bagaimana anda menilai kualitasnya?	Sajian makanan yang diberikan dari hotel sudah terjamin halal. Saya juga mengamati dari bahan pokok masakannya memang bahan-bahan pokok halal.
9.	Apakah agen travel halal yang anda pilih memberikan kemudahan dalam proses pemesanan, pembayaran, dan	Sangat mudah, saya hanya tinggal bilang kepada admin dari travel bahwa saya akan mendaftar umrah, kemudian semua berkas disiapkan oleh pihak travel, saya tinggal membayar, kemudian menunggu jadwal test kesehatan dan manasik umrah.

	pengurusan dokumen perjalanan?	
10.	Bagaimana kesan anda terhadap layanan pelanggan dari agen travel ini? Apakah mereka responsif dan membantu saat anda memiliki pertanyaan atau kendala?	Pihak administrasi mudah untuk dihubungi, responnya juga sangat ramah, ketika menjelaskan tahapan-tahapan dari mulai pendaftaran hingga nanti keberangkatan juga sudah sangat jelas.
11.	Secara keseluruhan, seberapa puas anda dengan layanan yang diberikan oleh agen travel halal ini?	Alhamdulillah selama melakukan ibadah umrah kemarin saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak travel. Saya juga merasa banyak terbantu selama disana.
12.	Apakah anda akan merekomendasikan agen travel ini kepada teman atau keluarga? Dan mengapa?	Iya, saya akan merekomendasikan kepada orang yang memang sedang kebingungan dalam memilih travel untuk keberangkatan umrah. Karena sebelumnya juga saya memilih travel ini hasil dari rekomendasi tetangga rumah saya.
13.	Jika anda pernah menggunakan agen travel non-halal sebelumnya, bagaimana perbandingan antara layanan halal dan	Saya baru kali ini menggunakan travel saat bepergian jauh. Jadi saya agak kurang mengerti dengan perbedaan yang ada di travel halal dan non-halal itu.

	non-halal yang pernah anda alami?	
14.	Apakah faktor utama yang membuat anda memilih agen travel halal dibandingkan agen travel lainnya?	Dari rekomendasi tetangga bilang kalo pelayanan dari travel halal lebih menjamin semua fasilitasnya sudah sesuai dengan syariat islam, jadi perjalanan ibadah umrah berlangsung dengan khidmat.

d. Transkip Wawancara IV

Nama **:** Bowo Rahana

Usia **:** 40 Tahun

Waktu **:** 2 Agustus 2024 (Hotel Tjokro Style)

Perjalanan **:** Ibadah Umrah

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana pengalaman anda menggunakan layanan agen travel halal selama ini?	Pelayanan dan serba-serbi fasilitas yang diberikan oleh travel kepada konsumen sudah baik dan sangat nyaman.
2.	Apakah ini pertama kali anda menggunakan agen travel halal? Jika tidak, apa yang membuat anda memilih agen travel halal untuk perjalanan anda yang berikutnya?	Bepergian dengan menggunakan jasa dari agen travel halal sangat menjamin perjalanan yang saya ambil itu sudah sesuai dengan syariat dalam agama islam. Juga pelayanan dari agen travel halal lebih ramah dan mementingkan kenyamanan konsumen.

3.	Bagaimana anda menilai kualitas layanan halal yang diberikan oleh agen travel ini, terutama dalam hal akomodasi, makanan, dan fasilitas lainnya?	Biasanya saya menilai dari apa yang saya rasakan, seperti nyaman atau tidaknya konsumen. Dan saya merasa nyaman dari akomodasi dan fasilitas yang telah disediakan oleh pihak travel halal ini.
4.	Apakah anda merasa seluruh kebutuhan ibadah anda, seperti waktu shalat dan kemudahan akses tempat ibadah, terpenuhi selama perjalanan?	Perjalanan umrah dengan travel halal ini sangat luar biasa. Jamaah mendapatkan fasilitas tempat tidur yang berdekatan dengan masjid, sehingga saya bebas dan mudah untuk akses shalat ke masjid.
5.	Bagaimana anda menilai kinerja pemandu perjalanan dalam membantu anda selama perjalanan? Apakah cukup informatif dan membantu?	Pemandu yang ditugaskan oleh travel sangat membantu saya, khususnya dalam pemberian informasi saat berlangsungnya kegiatan ibadah umrah.
6.	Apakah pemandu perjalanan memberikan informasi yang relevan dan cukup	Pemandu juga telah membawa jamaah berkunjung ke tempat-tempat bersejarah bagi umat islam, serta sesampainya dilokasi pemandu menyampaikan banyak kisah dan

	tentang destinasi-destinasi yang dikunjungi, terutama yang memiliki nilai spiritual atau historis?	informasi yang berhubungan dengan lokasi tersebut.
7.	Bagaimana pengalaman anda terkait dengan akomodasi selama perjalanan? Apakah anda merasa fasilitas yang diberikan sudah sesuai dengan standar halal?	Saya rasa akomodasi dan semua fasilitas lain yang sudah diberikan kepada jamaah sudah mencapai standar halal, didukung dengan lokasi yang kami kunjungi adalah lokasi yang menegakkan syariat islam.
8.	Apakah agen tavel memberikan makanan yang memenuhi standar halal, dan bagaimana anda menilai kualitasnya?	Selama pelaksanaan ibadah umrah menu makanan yang disediakan oleh hotel sangat beragam macamnya, dan saya yakin makanan tersebut sudah memenuhi standar halal.
9.	Apakah agen travel halal yang anda pilih memberikan kemudahan dalam proses pemesanan, pembayaran, dan pengurusan	Pemesanan, penyiapan berkas hingga perjalanan berlangsung, saya merasa tidak ada yang sulit, karena dari mulai memesan langsung dibantu dan didampingi saat menyiapkan berkas dan persyaratan lainnya oleh pihak travel.

	dokumen perjalanan?	
10.	Bagaimana kesan anda terhadap layanan pelanggan dari agen travel ini? Apakah mereka responsif dan membantu saat anda memiliki pertanyaan atau kendala?	Pihak travel ataupun pemandu sangat responsif dalam artian ketika dihubungi juga sangat mudah, dan respon yang diberikan kepada konsumen sangat baik dan ramah.
11.	Secara keseluruhan, seberapa puas anda dengan layanan yang diberikan oleh agen travel halal ini?	Sudah cukup puas dengan pelayanan yang sangat ramah, akomodasi serta fasilitas yang diberikan juga sangat baik.
12.	Apakah anda akan merekomendasikan agen travel ini kepada teman atau keluarga? Dan mengapa?	Tentu, jika ada yang bertanya terkait perjalanan ibadah umrah saya saat ini, saya akan memberitahu bahwa saya menggunakan layanan wisata ramah muslim ini.
13.	Jika anda pernah menggunakan agen travel non-halal sebelumnya, bagaimana perbandingan antara layanan halal dan	Mungkin bisa terlihat jelas dari seorang pemandu perjalanannya. Yang travel non-halal hanya mendeskripsikan sesuatu dari aspek umumnya saja, sedangkan travel halal informasinya yang dipaparkan tidak hanya aspek umumnya saja, tetapi disampaikan pula cerita islami dari setiap

	non-halal yang pernah anda alami?	hal yang kita kunjungi selama melaksanakan perjalanan.
14.	Apakah faktor utama yang membuat anda memilih agen travel halal dibandingkan agen travel lainnya?	Kalo saya biasanya melihat dari kesesuaian antara harga dengan fasilitas yang diberikan oleh pihak travel.

e. Transkip Wawancara V

Nama **:** Ayu Yulianti

Usia **:** 25 Tahun

Waktu **:** 5 Agustus 2024 (Via Telepon)

Perjalanan **:** Yogyakarta

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bagaimana pengalaman anda menggunakan layanan agen travel halal selama ini?	Dengan memilih layanan wisata ramah muslim itu menjadi nyaman, karena dari diri saya pribadi yang sedang berusaha istiqomah untuk menjaga waktu ibadah, tapi ada keinginan untuk pergi berlibur, maka menurut saya solusinya dengan menggunkan layanan agen travel halal.
2.	Apakah ini pertama kali anda menggunakan agen travel halal? Jika tidak, apa yang membuat anda memilih agen travel halal untuk	Perdana menggunakan layanan perjalanan halal, ternyata fasilitas yang diberikannya juga sangat *worth it.*

	perjalanan anda yang berikutnya?	
3.	Bagaimana anda menilai kualitas layanan halal yang diberikan oleh agen travel ini, terutama dalam hal akomodasi, makanan, dan fasilitas lainnya?	Akomodasi dan fasilitas yang disediakan oleh layanan wisata ramah muslim sangat cocok disemua kalangan, karena konsep perjalanannya yang ramah dan *muslim friendly*.
4.	Apakah anda merasa seluruh kebutuhan ibadah anda, seperti waktu shalat dan kemudahan akses tempat ibadah, terpenuhi selama perjalanan?	Tentu, karena selama melakukan perjalanan kami juga selalu diberikan waktu untuk melaksanakan shalat ketika sudah memasuki waktu shalat.
5.	Bagaimana anda menilai kinerja pemandu perjalanan dalam membantu anda selama perjalanan? Apakah cukup informatif dan membantu?	Pemandu yang ditugaskan travel untuk memandu perjalanan kami di Yogyakarta pada saat itu sangat *humble* dan ramah. Informasi yang diberikan juga sangat berguna.
6.	Apakah pemandu perjalanan memberikan	Selama kami melakukan perjalanan di Yogyakarta dengan menggunakan travel halal, kai tidak hanya mendapatkan

	informasi yang relevan dan cukup tentang destinasi-destinasi yang dikunjungi, terutama yang memiliki nilai spiritual atau historis?	informasi destinasi wisata terkini saja, tetapi kami juga berkunjung ke lokasi-lokasi yang mengalami sejarah peradaban islam, seperti masjid Gedhe Mataram yang lekat sejarahnya dengan peradaban kerajaan islam di pulau Jawa.
7.	Bagaimana pengalaman anda terkait dengan akomodasi selama perjalanan? Apakah anda merasa fasilitas yang diberikan sudah sesuai dengan standar halal?	Akomodasi dan fasilitas yang diberikan oleh travel sudah sangat mempermudah dan sesuai dengan syariat islam. Contoh kecilnya disetiap kamar tidur ada petunjuk arah kiblat.
8.	Apakah agen tavel memberikan makanan yang memenuhi standar halal, dan bagaimana anda menilai kualitasnya?	Makanan yang disediakan oleh travel sudah standar halal, tidak hanya itu nilai plus juga untuk travel karena menu makanan yang disajkan sangat bervariasi. Beberapa kali juga saya dikenalkan dengan makanan-makanan yang rekomended untuk dicoba, dan sudah pasti itu makanan yang sudah memenuhi standar halal.
9.	Apakah agen travel halal yang anda pilih memberikan kemudahan dalam proses pemesanan,	Pemesanan tiket juga cukup mudah, saya bisa memesan lewat online, dan bahkan melengkapi berkas juga pembayarannya bisa dengan online, tidak ada yang dipersulit oleh travel halal ini.

	pembayaran, dan pengurusan dokumen perjalanan?	
10.	Bagaimana kesan anda terhadap layanan pelanggan dari agen travel ini? Apakah mereka responsif dan membantu saat anda memiliki pertanyaan atau kendala?	Dari pihak travel sangat membantu terkait informasi ataupun kendala-kendala lain yang sempat dialami saat melaksanakan perjalanan.
11.	Secara keseluruhan, seberapa puas anda dengan layanan yang diberikan oleh agen travel halal ini?	Sudah cukup puas, karena dengan menggunakan travel ini saya dapat berlibur dengan sangat *rileks* dan mendapat *insight* baru.
12.	Apakah anda akan merekomendasikan agen travel ini kepada teman atau keluarga? Dan mengapa?	Travel dengan konsep halal seperti ini sangat perlu direkomendasikan untuk muslimah-muslimah yang bercita-cita liburan dan tidak mengganggu pada proses ibadahnya.
13.	Jika anda pernah menggunakan agen travel non-halal sebelumnya, bagaimana perbandingan antara	Sebelum-sebelumnya menggunakan travel non-halal tidak mendapatkan dispensasi waktu untuk melaksanakan shalat pada saat waktu shalat tiba, sehingga mengharuskan saya melakukan qodho atau jamak shalat. Sedangkan pada travel halal, diberikan

	layanan halal dan non-halal yang pernah anda alami?	waktu khusus untuk melaksanakan shalat tepat waktu.
14.	Apakah faktor utama yang membuat anda memilih agen travel halal dibandingkan agen travel lainnya?	Melihat dari fasilitas dan konsep perjalanan yang ada di layanan agen travel halal tersebut.

4. Dokumentasi

- Lampiran Dokumentasi Wawancara







Wawancara dengan salah satu jamaah ibadah umrah dari Travel Naba Tours



Fasilitas pelatihan manasik umrah

5. Daftar Riwayat Hidup



Ajeng Yulia Putri

I am someone who has a high enthusiasm for learning with discipline and a sense of responsibility and always accompanied by a feeling of gratitude so that every activity I do is more meaningful.

ACTIVITY

- Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), Digipreneur (Talent Scouting Academy) collaboration with Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO).
- Joined and succeded Festival Penulis Perempuan by Akademi Bahagia EA.
- Joined training Digital Talent Scholarship (DTS) by Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO).
- Seminar participant "Business Meeting" by Santripreneur Indonesia.
- Seminar Participant "Sarasehan Ekonomi" by Lembaga Perekonomian Nahdlatul Ulama (NU).
- Joined Event Festival Mahasiswa Baru & Pelajar Indonesia by Sejutacita.

EDUCATION HISTORY

- **Islamic economics, Faculty of Islamic Studies, Universitas Islam Indonesia.**
  Cummulative GPA 3,9 out of 4,0
- **Computer and Network Engineering, SMK Al- Badar.**
  Cumulative Grade Average 85,36

ORGANIZATION

- Himpunan Mahasiswa Islam (HMI)
- Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI)
- UII Ayo Mengajar

SKILLS

- Microsoft Word
- Canva
- Microsoft Powerpoint
- VN
- Inshoot
- Excel

@ajeng_yp09

ajengyulia09@gmail.com