

Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Penerapan Manajemen Pariwisata Halal Pemandian Air Panas Sari Ater Kabupaten Subang Jawa Barat

Nur Kholifa Mija^{*}, Ifa Hanifia Senjiati, Ira Siti Rohmah Maulida

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*nurkholifamija@gmail.com, Ifahanifiasenjiati@gmail.com, irasitirohmahmaulida@gmail.com

Abstract. Halal tourism is an activity that is supported by various facilities and services provided by the government, entrepreneurs and even the community who are able to meet sharia provisions. One of the halal tourism in Indonesia that already has a halal certificate is Sariater. based on the observation that the available bathing places are still mixed between men and women, this is a problem for research conducted by the author. The formulation and purpose of the study was to determine the effect of consumer perceptions on the implementation of halal tourism management. This research method uses quantitative research methods using simple linear regression analysis. The sample of this study amounted to 91 respondents. Collecting data using a questionnaire. The results of the study show that consumer perceptions have no effect on the application of halal tourism management, meaning that the Sari Ater hot spring still applies halal tourism management regardless of consumer perceptions.

Keywords: *Consumer perception, Halal tourism management.*

Abstrak. Wisata halal adalah kegiatan yang didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh pemerintah, pengusaha bahkan masyarakat yang mampu memenuhi ketentuan syariah. salah satu wisata halal di Indonesia yang telah memiliki sertifikat halal adalah Sariater. berdasarkan observasi bahwa tempat pemandian yang tersedia masih tercampur antara laki – laki dan perempuan maka ini menjadi masalah penelitian yang dilakukan penulis. Rumusan dan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap penerapan manajemen pariwisata halal. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Sampel penelitian ini berjumlah 91 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan persepsi konsumen tidak berpengaruh terhadap penerapan manajemen pariwisata halal artinya bahwa pemandian air panas sari ater tetap menerapkan manajemen pariwisata halal tanpa menghiraukan persepsi konsumen.

Kata Kunci: *Pengaruh Persepsi, Penerapan Manajemen pariwisata halal.*

A. Pendahuluan

Menurut Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 pasal 1 ayat (3) Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah”.

Wisata halal merupakan kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang diberikan oleh pemerintah, pengusaha bahkan mereka yang mampu mematuhi peraturan syariah.. Wisata halal bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan yang ingin berwisata sesuai dengan prinsip Islam, sehingga wisatawan (khususnya muslim) merasa lebih nyaman dan aman selama dalam perjalanan, serta dapat menjalankan kewajibannya sebagai muslim.

Landasan hukum pariwisata halal salah satunya tersirat dalam Firman Allah Q.S.Al-Mulk (67) ayat 15

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهَا إِلَيْهِ النُّشُورُ

"Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeqi-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan"

Ayat ini memberikan gambaran kepada kita bahwa wisata halal merupakan bentuk wisata alternatif tidak hanya untuk hiburan tetapi juga untuk esensi mendekatkan diri kepada Allah SWT agar kita selalu dilindungi oleh-Nya di dunia dan akhirat.

Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. 108/Dsn-Mui/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah, khususnya pada poin ketiga prinsip-prinsip Praktek Umum Pariwisata Syariah harus menjauhi kemusyrikan, maksiat, kemunkaran, tabdzir/israf, munkar dan menciptakan kemaslahatan dan kemaslahatan baik materil maupun spiritual.

Jawa Barat telah menerapkan konsep wisata halal, salah satunya Sari Ater yang terletak di pegunungan Subang, di kaki gunung Tangkuban Perahu tepatnya di desa Ciater, kecamatan Ciater, Kabupaten Subang. Sari Ater adalah salah satu item yang paling populer di Jawa Barat. Wisatawan dapat menikmati sumber air panas berupa kolam dan kamar berendam yang berasal dari kawah aktif Gunung Tangkuban Perahu.

Wisata Halal Sari Ater telah tersertifikasi halal untuk berbagai hidangan kuliner, berbagai minuman dan fasilitas lainnya yang tersedia untuk membuat wisatawan merasa nyaman saat bepergian..ardyan, ‘Obyek Wisata Air Panas Sari Ater Subang Bebas Alkohol dan Rokok’, Pojok Bandung, 2015 <<https://bandung.pojoksatu.id/read/2015/11/12/obyek-wisata-air-panas-sari-ater-subang-bebas-alkohol-dan-rokok/>>. Namun pada kenyataannya masih terdapat indikator yang belum memenuhi prinsip umum dalam pelaksanaan wisata syariah, yaitu sistem keamanan tidak terjamin, dikarenakan anggota keamanan tidak sebanding dengan jumlah pengunjung, kurangnya ruang penyimpanan barang bawaan, masih ada wisatawan yang membawa minuman beralkohol dan tidak ada pemisahan kolam renang antara pria dan wanita.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan dan tujuan masalah dalam penelitian adalah bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap penerapan manajemen pariwisata halal pemandian air panas Sari Ater.

B. Metodologi Penelitian

1. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pendekatan survey.
2. Jenis data pada penelitian ini menggunakan penelitian lapangan atau *field research* yaitu dengan meneliti langsung pada objek penelitian
3. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder.
4. Teknik pengumpulan data menggunakan data primer yaitu kuisioner dan data sekunder yaitu dokumentasi dan studi kepustakaan
5. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi sederhana, Uji hipotesis yaitu uji parsial, uji koefisien determinasi. dengan

menggunakan SPSS 23

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas

Item soal dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari 0,173. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti sajikan dalam data sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Dimensi	Item	R Hitung	R Tabel	Ket
Proses Persepsi (Variabel X)	Persepsi	1	0,282	0,173	Valid
	Seleksi	2	0,298	0,173	Valid
	Organisasi	3	0,550	0,173	Valid
Penerapan manajemen pariwisata Halal (Variabel Y)	Destinasi wisata Halal untuk kemaslahatan umum	1	0,630	0,173	Valid
		2	0,516	0,173	Valid
	Ketersediaan Fasilitas dan pelayanan yang ramah bagi muslim	3	0,580	0,173	Valid
		4	0,495	0,173	Valid
		5	0,592	0,173	Valid
		6	0,642	0,173	Valid
		7	0,519	0,173	Valid
		8	0,295	0,173	Valid
		9	0,426	0,173	Valid
	Destinasi Wisata Halal untuk memelihara keamanan dan kenyamanan	10	0,422	0,173	Valid
		11	0,387	0,173	Valid
		12	0,552	0,173	Valid
	Destinasi wisata Halal untuk memelihara kebersihan	13	0,606	0,173	Valid
		14	0,493	0,173	Valid
	Destinasi wisata terhindar dari kemusyrikan, maksiat, pornografi, minuman keras, narkoba dan judi	15	0,337	0,173	Valid
		16	0,428	0,173	Valid
		17	0,251	0,173	Valid

Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi responden menjawab pertanyaan-pertanyaan variabel pengukur. Uji reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan uji statistik Cronbach Alpha Coefficient (α). Hasil uji reliabilitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,390	,425	3

Sumber: diolah oleh peneliti, 2022

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,784	,813	17

Sumber: diolah oleh peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel 4.23, dan tabel 4.24 dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi konsumen dan variabel manajemen pariwisata halal memiliki nilai $\alpha > 0,60$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hasilnya adalah reliabel atau dapat diandalkan.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas data untuk memperlihatkan bahwa data sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal penelitian ini dengan menggunakan uji Kolmogorov-smirnov, dengan kriteria kenormalan sebagai berikut:

1. Signifikansi uji (α) = 0.05
2. Jika Sig. > α , maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal
3. Jika Sig. < α , maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		3
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000
	Std. Deviation	,56888012
Most Extreme Differences	Absolute	,321
	Positive	,230

	Negative	-,321
Test Statistic		,321
Asymp. Sig. (2-tailed)		,c,d

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji normalitas diketahui nilai signifikan $0,321 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Hasil Uji Regresi Sederhana

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	74,434	4,453		16,717	,038
PersepsiKonsumen	-,010	,056	-,171	-,173	,891

a. Dependent Variable: Manajemenpariwisatahalal

Sumber: diolah oleh peneliti, 2022

Dari Tabel diatas menunjukkan hasil yang diperoleh nilai constant (a) sebesar 74,434, sedangkan nilai persepsi konsumen (b/kofisien regresi) sebesar -,173. Dari hasi tersebut dapat dimasukkan dalam persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 74,434 + -,010 X$$

Hasil persamaan diatas dapat diterjemahkan konstanta sebesar 74,434 yang mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel penerapan manajemen pariwisata halal sebesar 74,434. kofisien regresi X sebesar -,010 yang menyatakan bahwa penambahan 1% nilai persepsi konsumen maka penerapan manajemen pariwisata halal akan bertambah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil yang diperoleh nilai konstanta (a) adalah 74.434, sedangkan nilai yang dirasakan konsumen (b/kofisien regresi) adalah -.173. Dari hasil tersebut dapat dimasukkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 74,434 + -0,010 X$$

Hasil persamaan di atas dapat diterjemahkan dengan konstanta sebesar 74.434, yang berarti nilai konsistensi variabel penerapan manajemen pariwisata halal sebesar 74.434. Koefisien regresi X sebesar -0,010 menunjukkan bahwa dengan menambahkan 1% nilai pada persepsi konsumen, adopsi manajemen pariwisata halal akan meningkat -0,010. Koefisien regresinya negatif, sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh persepsi konsumen (variabel X) terhadap kinerja manajemen wisata halal (variabel Y) adalah negatif. Dan berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel diatas yaitu $0,891 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi konsumen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel persepsi konsumen dalam proses penerapan manajemen wisata halal (Y) .

Analisis pengaruh persepsi konsumen terhadap penerapan manajemen pariwisata halal

Bahwasannya analisis persepsi konsumen tidak berpengaruh terhadap penerapan manajemen pariwisata halal. hal ini berdasarkan hasil analisis regresi yang telah peneliti lakukan bahwa berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,831 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi konsumen (X) tidak berpengaruh terhadap variabel penerapan

manajemen pariwisata halal (Y).

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh persepsi konsumen terhadap penerapan manajemen pariwisata halal di pemandian air panas sari ater tidak berpengaruh artinya bahwa penerapan manajemen pariwisata halal dipemandian air panas sari ater akan berjalan baik dan tidak menghiraukan persepsi konsumen.

Acknowledge

Ucapan terima kasih kepada dosen pembimbing ibu Ifa Hanifia Senjiati, Ibu Ira Siti Rohmah Maulida.

Daftar Pustaka

- [1] ardyan, "Obyek Wisata Air Panas Sari Ater Subang Bebas Alkohol dan Rokok," *Pojok Bandung*, 2015. <https://bandung.pojoksatu.id/read/2015/11/12/obyek-wisata-air-panas-sari-ater-subang-bebas-alkohol-dan-rokok/>.
- [2] *Menurut Undang Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan pasal 1 ayat (3)*. .
- [3] R. ROZALINDA, N. NURHASNAH, and S. RAMADHAN, "Industri Wisata Halal Di Sumatera Barat: Potensi, Peluang Dan Tantangan," *Maqdis J. Kaji. Ekon. Islam*, vol. 4, no. 1, p. 45, 2019, doi: 10.15548/maqdis.v4i1.210.
I. Iflah, "Wisata Halal Muslim Milenial," *J. Common*, vol. 3, no. 2, pp. 153–166, 2020, doi: 10.34010/common.v3i2.2601.
- [4] Dini Trissiani, "Implementasi Fatwa DSN MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah Pada Hotel Latansa Kota Bengkulu," no. 108, 2020, [Online]. Available: <http://repository.iainbengkulu.ac.id/id/eprint/4321>.
- [5] Handayani, Sri dan Asep Ramdan Hidayat. (2022). Tinjauan Fiqih Muamalah dan Perilaku Konsumen dalam Islam terhadap Transaksi Jual Beli Rumah dengan Sistem Borongan. *Jurnal Riset Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 61-68.