

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Teori Permintaan**

Istilah permintaan (*demand*) dalam ilmu ekonomi memiliki arti tertentu yaitu terkait dengan jumlah barang yang diinginkan dan harga barang yang bersangkutan, sehingga istilah ini sangat terkait dengan permintaan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat yang kemudian dikaitkan dengan kemungkinan harga yang sesuai, selama jangka waktu tertentu dengan asumsi variabel yang lain tetap sama (=ceteris paribus).

Berdasarkan hukum permintaan menyatakan bahwa harga berbanding terbalik dengan jumlah barang yang diminta dimana suatu harga barang mengalami kenaikan maka jumlah barang yang diminta akan turun, dan jika harga barang turun, maka permintaan barang akan naik. Sedangkan harga barang mengalami penurunan maka jumlah barang yang diminta akan naik. Tetapi permintaan ini hanya berlaku jika asumsi ceteris paribusnya terpenuhi.

Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap suatu barang dan jasa antara lain:

a. Harga Barang atau Jasa

Penentu tentang jumlah permintaan yang dilakukan konsumen adalah terkait dengan harga barang atau jasa yang diminta. Artinya bahwa suatu barang atau jasa harganya akan semakin tinggi jika jumlah barang atau jasa yang diminta oleh konsumen semakin sedikit. Sebaliknya bahwa barang atau jasa hanya akan semakin turun jika jumlah barang atau jasa yang diminta semakin banyak.

b. Pendapatan

Permintaan seseorang juga dipengaruhi oleh jumlah pendapatan yang diperoleh seseorang. Permintaan terhadap barang atau jasa akan menjadi berkurang jika jumlah pendapatan berkurang dan hal ini juga berlaku sebaliknya. Hukum pendapatan dan permintaan adalah berbanding lurus atau bersifat searah. Asumsi tersebut berlaku pada barang normal, sedangkan pada barang inferior atau barang berkualitas rendah, kenaikan jumlah pendapatan akan menurunkan jumlah permintaan terhadap barang inferior.

c. Selera

Permintaan seseorang atas barang atau jasa juga dipengaruhi oleh selera dimana selera ini biasanya bersifat subjektif. Artinya bahwa penilaian terhadap suatu barang atau jasa ini akan sangat tergantung pada persepsi konsumen terhadap barang atau jasa yang bersangkutan. Peningkatan pada permintaan terhadap barang atau jasa dipengaruhi oleh naiknya selera konsumen terhadap barang atau jasa tersebut, dan permintaan pun akan ikut

turun seiring dengan turunnya selera konsumen. Selera dapat dilihat dari preferensi seseorang terhadap jenis barang yang diminta atau diinginkan dan dapat dipengaruhi oleh umur, tingkat pendidikan dan jenis kelamin.

d. Harga barang substitusi dan komplementer

Harga Barang substitusi (pengganti) dan barang komplementer (pelengkap) adalah suatu komoditas harga mempengaruhi permintaan seseorang terhadap suatu barang atau jasa yang saling berkaitan. Jika barang  $x$  dan  $y$  merupakan barang substitusi, ketika harga barang  $y$  naik dan harga barang  $x$  tetap maka permintaan terhadap barang  $y$  akan menurun karena konsumen beralih membeli barang  $x$  yang tidak mengalami kenaikan. Sedangkan barang  $x$  dan  $y$  sebagai barang komplementer adalah barang yang bisa saling melengkapi, contohnya motor dengan bensin, printer dengan tinta dan sebagainya. Kenaikan harga pada suatu barang akan berpengaruh terhadap barang komplementernya.

e. Ekspektasi

Ekspektasi atau harapan merupakan harapan konsumen tentang barang atau jasa di masa yang akan datang dan kondisi ini memberikan pengaruh pada permintaan seseorang, misalnya seorang memperkirakan bahwa harga suatu barang akan naik di masa yang akan datang maka seseorang itu akan membeli barang tersebut dan sebaliknya jika harga barang tersebut diperkirakan akan turun maka konsumen akan menunda pembelian barang tersebut sampai harganya turun.

f. Jumlah penduduk

Jumlah permintaan suatu barang atau jasa akan meningkat juga dipengaruhi oleh tingginya jumlah penduduk pada suatu wilayah. Hal ini terjadi karena kuantitas penduduk akan mempengaruhi kuantitas kebutuhan akan barang dan jasa menjadi ikut semakin tinggi.

## 2. Pariwisata

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), pariwisata adalah berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi, pelancongan, turism (KBBI online). Pariwisata dalam bahasa Arab disebut rihlah. Istilah pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari suku kata “pari” yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, berkeliling atau bersama dan “wisata” artinya berpergian atau perjalanan. Jadi, pariwisata berarti suatu kegiatan perjalanan atau berpergian yang dikatakan dari satu tempat ke tempat lain, dengan tujuan bermacam-macam seperti rekreasi atau untuk melihat-lihat, mencari dan menyaksikan (sesuatu atau semisal itu, bukan mengais rezeki, bekerja dan menetap (Suara Muhammadiyah, 1988:22).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menyebutkan definisi dari pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung dengan fasilitas serta layanan dan disediakan oleh pemerintah daerah. Sedangkan kepariwisataan adalah seluruh kegiatan mengenai pariwisata yang bersifat multidimensi serta multidisiplin muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan.

Definisi pariwisata secara luas, merupakan perjalanan suatu tempat ke tempat lain yang dilakukan baik kelompok maupun perorangan dimana sifatnya adalah sementara dengan tujuan mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi social, budaya, alam dan ilmu (Spillane, 1987: 21).

### **3. Pariwisata untuk Peningkatan Ekonomi Berbasis Syariah**

Industri pariwisata salah satu investasi bisnis yang bisa mendatangkan keuntungan dan kesejahteraan bagi masyarakat. Hal ini karena dengan adanya pariwisata, akan membuka lebih banyak lapangan pekerjaan. Selain itu juga bisa memberikan motivasi bagi setiap individu untuk berekreasi dan berinovasi. Mengembangkan industri pariwisata yang berbasis syariah juga merupakan sebuah kontribusi untuk lebih mengembangkan dan menerapkan konsep ekonomi syariah.

Syariah tidak hanya untuk perbankan, tetapi apapun bentuk transaksi ekonomi dan bisnis selain perbankan juga perlu dikembangkan berdasarkan konsep syariah. Konsep syariah dapat diterapkan dalam semua aspek seperti dari agen atau biro perjalanan wisata yang mengatur berbagai macam jenis dan tujuan perjalanan. Selama ini biro perjalanan lebih banyak menyediakan bentuk perjalanan haji atau umrah. Tidak dapat dipungkiri, haji atau umrah tidak dapat dilepaskan dari umat islam, akan tetapi perjalanan wisata ini bisa lebih dikembangkan lagi dengan menyediakan perjalanan ke negara atau daerah-daerah islam dan tempat-tempat yang dulu pernah dikuasai oleh kerajaan-kerajaan islam.

Perjalanan ke negara-negara atau tempat yang dulunya pernah dikuasai oleh kerajaan-kerajaan islam akan lebih banyak memberikan motivasi dan pengajaran bagi manusia terutama umat islam. Tidak hanya tempat, manajemen yang islam dan para pemandu pun setidaknya juga harus dipersiapkan. Para pemandu ini dilatih dan diberikan bekal baik itu mengenai sejarah dan yang lainnya sehingga mereka bisa memberikan penjelasan yang terbaik untuk para wisatawan tersebut. Dengan melakukan hal ini, maka ayat-ayat tentang perintah melakukan perjalanan dapat diaplikasikan dan bahkan perjalanan atau wisata religius selain haji dan umrah ini bisa menjadi salah satu sarana penguatan akidah dan keyakinan umat islam serta memaksimalkan potensi akal pikiran mereka.

#### **4. Permintaan Pariwisata**

Permintaan dalam industri pariwisata terdiri dari beberapa fasilitas atau produk yang berbeda yang tidak sesuai dengan alam, tetapi juga keuntungan dan kebutuhan mereka bagi wisatawan. Fasilitas dalam produk perusahaan yang berbeda dan dibutuhkan oleh wisatawan pada waktu yang berbeda. Permintaan dalam industri pariwisata tidak terbatas pada waktu yang diperlukan untuk tur, tetapi jauh sebelum perjalanan permintaan telah muncul, seperti informasi tentang tujuan, hotel tempat tinggal, sarana transportasi, tempat untuk dikunjungi dan membawa banyak uang untuk keperluan wisata (Yoeti,2008:119).

## 5. Dampak Pariwisata

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, dampak adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat (baik negatif maupun positif). Sengaja kata dampak itu terlebih dahulu diperjelas berdasarkan sumber baku (kamus), karena ada kecenderungan menafsirkan atau mengartikan kata Dampak hanya dari segi pengaruh negatif. Padahal kata dampak mengandung makna pengaruh positif dan pengaruh negatif (Sammeng, 2001:199).

### a. Dampak sosial pariwisata

Menurut pendit (2009:128) masyarakat dan kebudayaan cenderung mengalami perubahan yang diakibatkan oleh keberadaan pariwisata di suatu kawasan wisata tersebut. Dampak dari pariwisata terhadap kehidupan sosial budaya intinya ingin menjawab tiga pertanyaan pokok, yaitu bagaimana karakteristik interaksi antara wisatawan dengan masyarakat lokal, bagaimana proses pariwisata bisa mengubah masyarakat dan seperti apa budaya masyarakat sebagai tuan rumah, dan apakah perubahan tersebut menguntungkan atau merugikan bagi masyarakat sebagai tuan rumah.

### b. Dampak Ekonomi Pariwisata

Cohen (dalam Hirawan 2008) menjelaskan bahwa dampak ekonomi pariwisata yang dapat dikelompokkan ke dalam tujuh kelompok besar, meliputi dampak terhadap penerimaan devisa, dampak terhadap pendapatan masyarakat, dampak terhadap kesempatan kerja, dampak terhadap harga-harga, dampak terhadap distribusi manfaat atau keuntungan, dampak

terhadap kepemilikan dan kontrol, dampak terhadap pembangunan pada umumnya dan dampak terhadap pendapatan pemerintah.

## **6. Kunjungan Wisatawan**

Kunjungan wisatawan adalah jumlah dari pengunjung yang datang pada suatu daerah atau obyek wisata, di mana jumlah dari kunjungan tersebut nantinya akan berpengaruh terhadap pengembangan dan pendapatan disekitarnya. Kunjungan dari wisatawan biasanya memiliki latar belakang atau motivasi yang berbeda-beda.

## **7. Industri Pariwisata**

Pembangunan industri pariwisata di Indonesia harus didasarkan atas prinsip-prinsip untuk diperhitungkan supaya dapat memberikan pengertian dan tempat yang wajar dalam pembangunan industri, sesuai dengan falsafah ambeg paramarta serta situasi dan kondisi yang ada. Adapun jenis-jenis pariwisata sebagai berikut:

### **a. Wisata Budaya**

Perjalanan wisata yang dilakukan dengan maksud mengetahui dan mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni masyarakat di lokasi yang dituju baik di dalam maupun ke luar negeri disebut dengan wisata budaya.

### **b. Wisata Kesehatan**

Perjalanan seseorang sebagai wisatawan dengan tujuan mencari suasana baru dari kesibukan sehari-hari agar bisa beristirahat baik secara jasmani maupun rohani disebut wisata kesehatan. Objek wisatanya antara



lain mata air panas, tempat dengan iklim udara menyehatkan atau tempat tempat yang menyediakan fasilitas- fasilitas kesehatan seperti rumah sakit, balai kesehatan dan lainnya.

c. Wisata olahraga

Konsep wisata olahraga adalah perjalanan yang ditujukan untuk berolahraga atau sengaja mengambil bagian dalam kegiatan olahraga baik resmi maupun tidak di suatu tempat.

d. Wisata komersial

Wisata komersial merupakan perjalanan dengan tujuan untuk mengunjungi kegiatan-kegiatan komersial seperti pameran, bussines expo, dan pekan raya yang bersifat komersial.

e. Wisata Industri

Pariwisata industri adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh sekelompok siswa di suatu daerah atau kompleks industri di mana pabrik atau bengkel besar ada dengan maksud dan tujuan melakukan peninjauan atau penelitian.

f. Wisata Konversi

Pariwisata konversi adalah sebuah perjalanan ke suatu daerah dengan tujuan menghadiri kegiatan kongres seperti rapat kerja, konsultasi nasional, dll. Contoh KTT APEC, KTT Asean dan lain-lain. Saat ini, tur konvensi lebih dikenal sebagai wisata MICE (pertemuan, konferensi, dan pameran), yaitu, tur terkait dengan kegiatan pertemuan dan pameran yang menyatukan banyak orang.

g. Wisata Cagar Alam

Wisata cagar alam adalah perjalanan wisata menghususkan pada kunjungan ke daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dengan tujuan untuk menikmati keindahan alam, menghirup udara segar dan melihat berbagai binatang dan tumbuhan.

h. Wisata Pilgrim (ziarah)

Wisata pilgrim (ziarah) yaitu perjalanan wisata yang berkaitan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok masyarakat. Wisata pilgrim banyak dilakukan ke tempat-tempat suci, makam-makam orang besar atau pemimpin misalnya, Vatikan, Mekkah, Candi Borobudur, Pura Besakih atau makam Wali Songo.

## **8. Bentuk-Bentuk pariwisata**

1. Wisata pasif dan wisata aktif

Wisata pasif adalah kegiatan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga negara itu sendiri bepergian ke luar negeri sebagai wisatawan. Karena ditinjau dari segi pemasukan, negara asal wisatawan akan dirugikan sebab uangnya akan dibelanjakan ke luar negeri. Sedangkan wisata aktif adalah pariwisata dengan ditandai dengan gejala masuknya wisatawan asing ke suatu negara tertentu. Hal ini akan mendapatkan masukan devisa bagi negara yang dikunjungi dengan sendirinya akan memperkuat posisi neraca pembayaran negara yang dikunjungi wisatawan.

2. Wisata pendidikan dan wisata khusus

Wisata pendidikan yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan ataupun pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjunginya. Sedangkan Wisata khusus yaitu suatu perjalanan wisata yang disusun secara khusus guna memenuhi permintaan seorang langganan atau lebih sesuai dengan kepentingannya, misalnya seperti pendakian gunung, rafting di sungai dan menelusuri gua.

### 3. Wisata individual dan wisata terorganisasi

Wisata individual adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh satu orang wisatawan tetapi tidak adanya pimpinan rombongan di antara peserta wisatawan, misalnya simon dan Bali tour. Sedangkan Wisata terorganisasi adalah suatu perjalanan yang dilakukan bersama-sama dengan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan seluruh anggotanya.

## 9. **Komponen Pariwisata**

### 1. Atraksi

Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah wisata untuk menarik wisatawan berkunjung ke suatu daerah. Sesuatu yang dapat menarik wisatawan meliputi benda-benda tersedia di alam, hasil ciptaan manusia dan tata cara hidup masyarakat. Atraksi dapat di bedakan menjadi:

- a. Site attraction, tempat yang menarik dengan iklim yang nyaman dan pemandangan indah dan tempat bersejarah.

- b. Event attraction adalah tempat yang berkaitan dengan pariwisata, misalnya konferensi, pameran pariwisata olahraga dan festival.

## 2. Aksesibilitas

Aksesibilitas dalam pariwisata berkenaan dalam tingkat kemudahan seorang wisatawan mencapai suatu objek wisata. Aksesibilitas penting di perhatikan karena bisa memberikan pengaruh besar bagi wisatawan. Fasilitas transportasi dalam bidang kepariwisataan sangat erat hubungannya dalam aksesibilitas. Maksudnya frekuensi penggunaan kendaraan yang dimiliki dapat mengakibatkan jarak yang jauh seolah-olah menjadi lebih dekat. Hal ini dapat mempersingkat waktu dan tenaga serta lebih meringankan biaya perjalanan. Beberapa hal yang mempengaruhi aksesibilitas suatu tempat adalah kondisi jalan, tarif angkutan jenis kendaraan, jaringan transportasi, jarak tempuh dan waktu tempuh. Semakin baik aksesibilitas suatu objek wisata maka wisatawan yang berkunjung dapat semakin banyak jumlahnya. Sebaliknya, jika aksesibilitasnya kurang baik maka wisatawan akan merasakan hambatan dalam kunjungan dalam berwisata.

## 3. Amenitas atau Fasilitas

Disamping aksesibilitas wisata, wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata juga membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang perjalanan tersebut. Fasilitas wisata adalah suatu sarana dan prasarana yang harus di sediakan oleh pengelola untuk kebutuhan para wisatawan. Kebutuhan

wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam atau keunikan objek wisata melainkan memerlukan sarana dan prasana wisata seperti alat transportasi, fasilitas akomodasi (sarana kebersihan, kesehatan, keamanan, komunikasi, tempat hiburan, hotel atau penginapan, restoran dan toko cinderamata) serta fasilitas penunjang disesuaikan dengan kebutuhan perjalanan. Sarana dan prasarana tersebut merupakan kebutuhan penting bagi perjalanan wisatawan, jika tersedia dengan baik maka para wisatawan akan merasa nyaman dalam melakukan berbagai aktivitas lainnya.

#### 4. Ancillary atau Kelembagaan

Adanya lembaga pariwisata, para wisatawan akan semakin sering mengunjungi objek wisata dan mencari daya tarik wisata apabila di daerah tersebut wisatawan dapat merasakan keamanan dan terlindungi.

### **10. Objek dan Daya Tarik Wisata**

Menurut Undang-Undang No.9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, menyatakan bahwa objek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata baik itu pembangunan objek dan daya tarik wisata, yang dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola dan membuat objek-objek baru sebagai objek dan daya tarik wisata.

Dalam Undang-Undang di atas, yang termasuk objek dan daya tarik wisata terdiri dari yang pertama, objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna. Yang kedua, objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata arkeo,

wisata tirta, wisata buru, petualangan alam, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Objek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang berhubungan dan dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Objek dan daya tarik wisata sangat erat berhubungan dengan travel motivation dan travel fashion karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman dalam kunjungannya. Daya tarik yang belum dikembangkan semata-mata hanya merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut daya tarik wisata sampai dengan adanya suatu jenis pengembangan tertentu misalnya penyediaan aksesibilitas atau fasilitas (Marpaung, 2000:78).

#### **11. Minat Berkunjung**

Teori minat berkunjung dianalogikan sama dengan minat beli, seperti penelitian yang dilakukan oleh Albarq (2014) yang menyamakan bahwa minat berkunjung wisatawan sama dengan minat pembeli konsumen. Pengertian minat menurut Susanto dan Kotler (2000) bahwa minat sebagai dorongan yaitu rangsangan internal yang kuat memotivasi tindakan atau pernyataan minat untuk berkunjung ulang, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif akan produk. Dalam penelitian faktor yang diindikasikan sebagai stimulus yang memotivasi niat beli adalah persepsi wisatawan sendiri terhadap kualitas daya tarik wisata.

Menurut Ariana dan Sudiarta (2006) minat berkunjung ke tempat wisata dipengaruhi oleh:

- a. Keinginan berkunjung ke tempat wisata berdasarkan informasi yang didapat dari media massa.
- b. Keinginan berkunjung ke tempat wisata berdasarkan cerita dari keluarga dan sanak saudara.
- c. Keinginan berkunjung ke tempat wisata karena ingin tahu langsung mengenai tempat wisata tersebut.

## **12. Wisatawan**

Wisatawan adalah pengunjung yang tinggal sementara, sekurang-kurangnya 24 jam di suatu negara. Wisatawan dengan maksud perjalanan wisata dapat digolongkan menjadi dua yaitu:

1. Pesiar (leisure), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
2. Hubungan dagang, sanak saudara, handai taulan, konferensi, misi dan sebagainya.

Wisatawan berdasarkan daerah tujuannya digolongkan menjadi dua yaitu:

1. Wisatawan mancanegara ialah wisatawan yang dalam perjalanannya memasuki daerah negara yang bukan negaranya sendiri.
2. Wisatawan domestik adalah wisatawan yang dalam perjalanannya hanya dalam negeri.

## **13. Wisata Religi**

Wisata religi atau wisata pilgrim merupakan suatu perjalanan wisata yang berkaitan dengan adat istiadat, agama, dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Kegiatan wisata ini banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ketempat-tempat suci, maupun ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat dan tempat-tempat pemakaman tokoh pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda. Dapat disimpulkan bahwa wisata religi termasuk ke dalam wisata yang khusus, karena wisatawan yang datang memiliki motivasi yang berbeda dan cenderung dengan hal-hal yang berkaitan dengan mitos. Selain hal itu wisatawan yang mengunjungi objek wisata religi bertujuan untuk mengetahui sejarah dan arsitektur dari bangunan yang ada. Dengan hal tersebut pengunjung memiliki kepuasan tersendiri, dimana memang objek wisata religi ini yang menonjol di dalam suatu masyarakat yang menginginkan perubahan. Beberapa pengertian mengenai perubahan, sosial di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa perubahan sosial adalah perubahan dalam hubungan sosial yang mencakup nilai-nilai sosial, norma-norma sosial, pola perilaku sosial dan susunan lembaga kemasyarakatan (Pendit, 2006:41).

#### **14. Kondisi Wisata Syariah di Indonesia**

Indonesia mempunyai modal dasar yang lebih dibanding negara lain dengan populasi penduduk terbesar keempat di dunia sekitar 273 juta orang dan penduduk mayoritas muslim terbesar di dunia sangat kondusif dalam menyambut wisatawan muslim. Negeri ini juga memiliki keanekaragaman



hayati yang luar biasa. 16 persen dari binatang reptil dan amfibi di dunia berada di Indonesia, dari 35 persen primate, 25 persen endemic, 17 persen dari binatang di dunia 26 endemic, 121 spesies kupu – kupu 44 persen endemic dan 12 persen mamalia di dunia. Khusus Papua presentasi flora endemic mencapai 60 sampai 70 persen dan 36 persen endemic forest diversity. Indonesia memiliki hutan tropis terbesar setelah Brazil dengan 51 Taman Nasional dan merupakan negara mega biodiversity ketiga setelah Brazil dan Zaire, sekitar 59 persen.

Indonesia merupakan hutan tropis atau 10 persen juta hektar hutan Indonesia tercatat sebagai hutan lindung dimana 18,7 hektar menjadi daerah konservasi. Seluruh objek diatas dapat menjadi tujuan pariwisata syariah, selain objek berupa peninggalan sejarah agama serta Negara seperti masjid dan museum yang tersebar hampir di seluruh pelosok Nusantara.

Ditambah penghargaan paling bergengsi untuk pariwisata halal dunia, World Halal Tourism Award 2016 yang merupakan ajang bagi pelaku industri yang bergelut dalam penyediaan barang atau jasa untuk pariwisata halal serta penghargaan ini menjadi salah satu tolak ukur bagi industri pariwisata halal dunia, telah diumumkan. Dilakukan di Abu Dhabi pada Selasa 7 Desember 2016. Indonesia berhasil menyabet 12 dari 16 kategori yang diperlukan dalam penghargaan ini. Setelah pada tahun sebelumnya Indonesia hanya mampu membawa beberapa penghargaan.

“Kita harus mengkalibrasi apakah yang kita lakukan sudah pada jalur yang benar sesuai dengan standar dunia. Kemenangan ini juga

meningkatkan rasa percaya diri dan kredibilitas bangsa Indonesia di mata dunia serta menjadi salah satu cara untuk mendatangkan para wisatawan mancanegara ke Tanah Air” ujar Arief Yahya. Adapun penghargaan yang diterima Indonesia adalah World’s Best Airline for Halal Travellers (Garuda Indonesia), World Best Airport for Halal Travellers (Sultan Iskandar Muda Internasional Airport, Aceh), World’s Best Family Hotel Friendly Hotel (The Rhadana Kuta, Bali), World’s Most Luxurious Family Friendly Hotel (Trans Luxury Bandung), World’s Best Halal Beach Resort (Novotel Lombok Resort an Villas), World’s Best Halal Tour Operator (ERO Tours Sumatra Barat), World’s Best Halal Travel Website ([www.wonderfullomboksumbawa.com](http://www.wonderfullomboksumbawa.com)), World’s Best Halal Honeymoon Destination (Sembalun Valley Region, NTB), World’s Best Hajj dan Umrah Operator (ESQ Tours and Travel), World’s Best Halal Destination (Sumatera Barat), World’s Best Halal Culinary (Sumatera Barat) dan World’s Best Halal Cultural Destination (Aceh).

## **15. Macam-macam Masjid**

### **a. Masjid Negara**

Masjid yang menjadi pusat acara kenegaraan dan lokasinya berada di pusat ibu kota suatu negara yang dalam hal ini adalah Indonesia.

### **b. Masjid Nasional**

Masjid yang penetapannya sebagai masjid Nasional dilakukan oleh kementerian Agama yang dapat menjadi pusat kegiatan keagamaan dan berlokasi di Ibukota Provinsi.

c. Masjid Raya

Masjid yang berada di Ibukota provinsi, dan ditetapkan oleh gubernur atas rekomendasi kantor wilayah kementerian agama sebagai masjid nasional. Masjid ini menjadi pusat kegiatan keagamaan provinsi.

d. Masjid Agung

Masjid yang penetapannya dilakukan oleh Bupati atau Walikota dan berlokasi di Ibukota Kabupaten yang didasarkan pada rekomendasi dari kepala kantor kementerian Agama dan menjadi pusat kegiatan keagamaan kabupaten atau kota.

e. Masjid Besar

Masjid yang berada di kecamatan dan ditetapkan oleh pemerintah daerah setingkat camat atas rekomendasi kepala Kua kecamatan sebagai masjid besar, masjid ini menjadi pusat kegiatan sosial keagamaan yang dihadiri camat, pejabat, dan tokoh masyarakat tingkat kecamatan.

f. Masjid bersejarah

Masjid yang berada di kawasan peninggalan kerajaan atau wali atau penyebar agama islam, masjid ini memiliki nilai besar dalam sejarah perjuangan bangsa, dibangun oleh para raja atau kesultanan atau para wali penyebar agama islam serta para pejuang kemerdekaan.

g. Masjid di Tempat Umum atau Publik

Masjid yang berada di kawasan publik untuk memfasilitai masyarakat dalam melaksanakan kegiatan ibadah.

h. Mushola

Masjid kecil yang terletak dikawasan pemukiman maupun publik untuk memfasilitasi masyarakat melaksanakan ibadah.

## **B. Hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian oleh Epi Syahadat (2005), tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisata di Taman Gede Nasional Pangango. Metode analisis ini menggunakan Regresi Linier Berganda. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dari hasil analisis yang diperoleh factor pelayanan, sarana prasarana, ODTWA, dan keamanan secara simultan mempunyai pengaruh pada jumlah pengunjung akan tetapi tidak signifikan (tidak secara nyata) pada taraf nyata  $\alpha = 0,01$  akan tetapi secara persial dari keempat faktor.

Penelitian oleh Deva Milian Satrian Yuwana (2011), maksud dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis permintaan kunjungan objek wisata kawasan dataran tinggi Dieng Kabupaten Banjarnegara. Analisis data menggunakan analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menemukan bahwa hanya variabel biaya perjalanan ke objek wisata dataran tinggi Dieng, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Baturaden) dan penghasilan rata-rata per bulan yang berpengaruh signifikan, sementara dua variabel lain yaitu variabel umur dan variabel jarak tidak berpengaruh secara signifikan.

Penelitian oleh Henny Kustini (2015), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi jumlah wisatawan di obyek wisata “NDAYU PARK” kabupaten Sragen. Metode analisis yang

digunakan adalah deskriptif kualitatif. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor yang menjadi penentu atau berpengaruh terhadap jumlah wisatawan di obyek wisata Ndayu Park Kabupaten Sragen adalah atraksi, amenities, aksesibilitas, ancillary service (Pelayanan Tambahan). Keempat hal tersebut sangat mempengaruhi jumlah wisata dan berdasarkan kuesioner yang sudah diolah antara lain: pengaruh atraksi diperoleh data dari 20 responden menyimpulkan atraksi di obyek wisata Ndayu Park mempengaruhi jumlah wisatawan karena 70% responden menjawab setuju, karena semakin bagus tourist attraction nya, semakin banyak pengunjungnya. Dan pengaruh amenities disimpulkan mempengaruhi jumlah wisatawan karena 70% responden menjawab sangat setuju karena amenities menyediakan segala macam akomodasi, prasarana dan sarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Kemudian pengaruh aksesibilitas ditarik kesimpulan bahwa mempengaruhi jumlah wisatawan karena 75% responden menjawab sangat setuju. Lalu pengaruh pelayanan tambahan dapat disimpulkan pelayanan tambahan di obyek wisata Ndayu Park mempengaruhi jumlah wisatawan wisatawan karena 75% responden menjawab setuju. Sedangkan perkembangan jumlah wisatawan di obyek wisata Ndayu Park dari tahun 2013 sampai tahun 2014 periode bulan Januari sampai bulan Juni mengalami peningkatan sebesar 37%.

Penelitian oleh Mawardi<sup>1</sup> , Prof. Dr. Mohd. Nur Syechalad MS<sup>2</sup> , Dr. Sofyan Syahnur, M.Si<sup>3</sup> (2014), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke Kota Sabang. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan metode dan alat analisis antara lain: regresi linier berganda. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pendapatan perkapita berpengaruh positif terhadap jumlah wisatawan nusantara ke Kota Sabang dan secara statistik signifikan. Sedangkan variabel inflasi berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan wisatawan nusantara ke Kota Sabang, secara statistik tidak signifikan. Dan untuk analisis data terhadap jumlah wisatawan mancanegara ke Kota Sabang menunjukkan bahwa tingkat kurs berpengaruh negatif dan jumlah acara tahunan berpengaruh positif terhadap jumlah wisatawan mancanegara ke Kota Sabang. Secara statistik variabel kurs tidak signifikan, sedangkan variabel jumlah secara tahunan menunjukkan signifikan.

Penelitian oleh Ni Made Eka Maha Dewi I Komang Gede Bendesa and Made Antara (2014), penelitian ini dilakukan untuk *Factors Influencing Revisit to Bali as MICE Destination*. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Model (SEM)*. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa atribut, promosi, kepuasan, dan citra dari MICE untuk datang lagi atau kembali ke Bali sebagai tujuan MICE. Mengenai persepsi wisatawan MICE saat berkunjung kembali kunjungan wisatawan ke Bali untuk tujuan MICE dapat ditingkatkan dengan promosi melalui gambar Bali.

Penelitian oleh Bramantyo Wicaksono (2014), maksud dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi permintaan pengunjung ke objek wisata pantai Widuri di kabupaten Pematang. Metode

analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap jumlah kunjungan pariwisata ke Panatai Widuri meliputi biaya perjalanan, penghasilan perbulan, umur dan jarak, sementara variabel yang tidak berpengaruh signifikan adalah biaya perjalanan.

Penelitian oleh Dini Andriani, dkk (2015), Kajian Pengembangan Wisata Syariah Dari Uraian hasil survey Kajian Pengembangan Wisata Syariah di Aceh, baik melalui kuisisioner (presepsi wisatawan mengenai wisata syariah di Manado), wawancara mendalam dan Focus Group Discussion (FGD), sebagai berikut : a) Menurut hasil kuesioner berdasarkan persepsi wawancara wisatawan mengenai kesediaan Aceh untuk bertindak sebagai pariwisata syariah, dalam hal daya tarik wisata, sebagian besar responden cenderung mengekspresikan diri dalam kondisi yang baik. Hal yang sama berlaku untuk aspek aksesibilitas, amenities dan institusi, yang responden cenderung menyatakan siap. Akomodasi yang tersedia di Aceh secara keseluruhan telah mengadopsi prinsip-prinsip Islam dalam layanan mereka. Namun, tidak ada hotel resmi bersertifikat resmi di Aceh. b) Hasil diskusi kelompok dan wawancara mendalam mengungkapkan bahwa kota Banda Aceh Syariah tarik tujuan wisata (karena sudah mulai peristiwa pariwisata Syariah dan paket untuk mengatur), amenities (kecuali hotel dan hotel) adalah kamar mandi siap, yang tidak memiliki sertifikasi halal dan institusi mereka. Optimalisasi Aceh sebagai destinasi pariwisata Syariah membutuhkan beberapa perbaikan, khususnya yang berkaitan dengan aspek

kelembagaan, khususnya kesiapan sumber daya manusia. c) Dari beberapa alat penelitian dapat disimpulkan bahwa Banda Aceh cukup optimal dalam mengerjakan pariwisata Islam. Namun, mereka membutuhkan komitmen dan koherensi dalam mengerjakan pariwisata Syariah di Banda Aceh. Deskripsi hasil survei riset pariwisata syariah melalui kuesioner (persepsi pariwisata pariwisata Syariah di Manado), wawancara mendalam dan diskusi kelompok fokus di Manado mengungkapkan hal-hal berikut: a). Sesuai dengan hasil survei dengan kuesioner, persepsi wisatawan tentang kesediaan Manado sebagai wisata Syariah dalam hal tempat wisata, akomodasi dan aksesibilitas dari Manado siap menjadi tujuan wisata Syariah. Sementara untuk aspek restoran dan restoran, BPW, SPA dan pemandu belum siap untuk menjadi tujuan wisata syariah karena ada banyak kategori jawaban yang netral. Ini masih sangat terbatas karena pengetahuan wisatawan tentang konsep pariwisata Islam. b) Hasil dari diskusi Focus dan wawancara mendalam menunjukkan bahwa kota Manado belum siap untuk menjadi tujuan wisata syariah. Remunerasi masih dibutuhkan di banyak daerah, terutama untuk mendukung fasilitas seperti ketersediaan tempat ibadah dan restoran halal. c) Dari dua metode pengumpulan data penelitian dapat disimpulkan bahwa Manado belum siap untuk menjadi tujuan wisata syariah dan itu tidak optimal untuk bekerja pada potensi pariwisata Islam. d) Pengembangan Manado sebagai tujuan pariwisata Syariah membutuhkan keterlibatan Pemerintah Kota Manado, karena pengembangan destinasi pariwisata Syariah membutuhkan keseriusan dan konsistensi.



Penelitian oleh Dyah Ivana Sari (2010), objek Wisata Religi Makam Sunan Muria (Studi kehidupan Sosial dan Ekonomi Masyarakat Desa Colo, Kecamatan Dawe, Kabupaten Kudus). Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa keberadaan Makam Sunan Muria membawa pengaruh bagi masyarakat sekitar, yaitu: adanya perubahan dalam kehidupan sosial masyarakat diantaranya mengubah status yang tadinya pengangguran menjadi tidak pengangguran, membuka peluang usaha di masyarakat, dan juga memberikan pengangguran dan wawasan yang luas bagi masyarakat. Sedangkan dampak dalam bidang ekonomi tentunya sangat besar adalah peningkatan pendapatan keuangan juga peningkatan kesejahteraan bagi kehidupan ekonomi masyarakat.

Penelitian oleh Samuel Seongseop Kim, Choong-Ki Lee, dan David B Klenosky (2003), pengaruh faktor push dan pull di Taman Nasional Korea. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hasil analisis faktor mengidentifikasi empat domain faktor push dan pull responden. Analisis tambahan menyelidiki perbedaan dalam domain push dan pull faktor untuk sub kelompok sosia-demografi yang berbeda dan memeriksa keterkaitan antara domain push dan pull faktor. Hasil studi memiliki implikasi yang berguna bagi pengelola taman dan peneliti yang tertarik untuk mempelajari bagaimana faktor dorong dan menarik mempengaruhi perilaku turis dan pengunjung.

Penelitian oleh Juan G Brida, Marta Meledd, dan Manuela Pulina (2012), faktor-faktor yang mempengaruhi niat untuk mengunjungi kembali

atraksi budaya: Studi kasus Museum Seni Modern dan Kontemporer di Rovereto. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa karakteristik sosiodemografi secara positif mempengaruhi kemungkinan untuk kembali ke museum, seperti yang dilaporkan dalam penelitian lain, pameran sementara yang ditawarkan oleh museum memiliki dampak signifikan dengan rasio tingkat insiden hampir dua kali lebih tinggi. Tidak peduli berapa banyak pengunjung menghabiskan untuk akomodasi, mereka cenderung untuk kembali jika mereka bepergian berkelompok, dengan kereta api atau berjalan kaki jauh dari kota asal mereka dan telah menghabiskan waktu lama mengunjungi museum.

### **C. Hipotesis**

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini antara lain:

- a) Variabel biaya perjalanan diduga berpengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan wisata religi di Kabupaten Demak.
- b) Variabel pendapatan diduga berpengaruh positif terhadap minat kunjungan dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Demak.
- c) Variabel pendidikan diduga berpengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan dalam analisis faktor-faktor yang

mempengaruhi minat kunjungan wisatawan wisata religi di Kabupaten Demak.

- d) Variabel kepercayaan diduga berpengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan wisata religi di Kabupaten Demak.
- e) Variabel fasilitas diduga berpengaruh positif terhadap minat kunjungan wisatawan dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan wisata religi di Kabupaten Demak.

**D. Model Penelitian**

