

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 26 Februari 2019. Kuesioner yang diberikan sebanyak 100 dan seluruh jumlah kuesioner yang diberikan kembali ke peneliti dan peneliti dapat mengolah hasil kuesioner tersebut.

1. Uji kualitas instrumen

a. Uji validitas

Untuk membuktikan jika keseluruhan poin-poin yang ada pada kuesioner cukup memadai untuk dijadikan perangkat penelitian oleh peneliti yang menggunakan teknik uji validitas sebanyak 100 informan. Hasil dari uji validitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5. 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	rhitung	r tabel	Keterangan
Brand halal (X1)	BL1	0,699	0,195	Valid
	BL2	0,850	0,195	Valid
	BL3	0,770	0,195	Valid
	BL4	0,869	0,195	Valid
	BL5	0,899	0,195	Valid
Daya tarik wisata (X2)	DTW1	0,725	0,195	Valid
	DTW2	0,810	0,195	Valid
	DTW3	0,780	0,195	Valid
	DTW4	0,820	0,195	Valid
	DTW5	0,813	0,195	Valid
	DTW6	0,463	0,195	Valid
	DTW7	0,521	0,195	Valid
	DTW8	0,526	0,195	Valid
	DTW9	0,478	0,195	Valid
	DTW10	0,894	0,195	Valid
Biro perjalanan dan transportasi (X3)	BPI1	0,724	0,195	Valid
	BPI2	0,955	0,195	Valid

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
	BPI3	0,895	0,195	Valid
	BPI4	0,684	0,195	Valid
SDM(X4)	SDM1	0,955	0,195	Valid
	SDM2	0,895	0,195	Valid
	SDM3	0,881	0,195	Valid
	SDM4	0,205	0,195	Valid
Minat berkunjung (Y)	KP1	0,899	0,195	Valid
	KP2	0,901	0,195	Valid
	KP3	0,596	0,195	Valid

Butir pernyataan dinyatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel. Nilai r tabel dengan jumlah sampel penelitian 100 orang = 0,195. Artinya apabila nilai r hitung lebih besar dari 0,195, maka item atau butir pernyataan dinyatakan valid. Hasil uji validitas pada tabel di atas memperlihatkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada masing-masing variabel penelitian yang terdiri dari brand halal (X1), daya tarik wisata (X2), biro perjalanan dan transportasi (X3), SDM (X4), serta minat berkunjung (Y) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,195), maka seluruh butir pertanyaan dalam seluruh variabel penelitian dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Apabila semua sudah di buktikan bahwa poin-poin pernyataan yang ada dalam kuesioner cukup memadai menjadi perangkat penelitian maka diadakan uji terhadap sejumlah 100 informan, pernyataan dapat dikatakan reliable apabila tingkat cronbach's Alpha > 0,60. Dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 5. 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Brand halal (X1)	0,876	0,60	Reliabel
Daya tarik wisata (X2)	0,874	0,60	Reliabel
Biro perjalanan dan transportasi(X3)	0,737	0,60	Reliabel
SDM (X4)	0,614	0,60	Reliabel
Minat berkunjung (Y)	0,718	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2019

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 5.2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel penelitian lebih besar dari nilai kritisnya = 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang ada pada variabel brand halal (X1), variabel daya tarik wisata (X2), biro perjalanan dan transportasi (X3), dan minat berkunjung (Y) dinyatakan seluruhnya reliabel atau dapat diandalkan.

2. Uji Asumsi Klasik

Analisis yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode regresi linear berganda. Agar dapat memperoleh keputusan yang diharapkan seperti hipotesis sebelumnya, sehingga dapat menganalisa dari variabel keseluruhan yaitu Brand halal, daya tarik wisata, biro perjalanan dan infrastruktur, dan sumber daya manusia dengan menggunakan SPSS.

a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data yang digunakan mengarah ke posisi normal atau tidak maka digunakan uji normalitas. Dalam menggunakan uji kolmogorov-Smirnov dapat dilihat dari Asymp. Sig-nya, sejumlah data dapat dinyatakan normal apabila tingkat Asym. Sig >0,05

Tabel 5. 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,62153808
Most Extreme Differences	Absolute	,067
	Positive	,063
	Negative	-,067
Kolmogorov-Smirnov Z		,670
Asymp. Sig. (2-tailed)		,761

Hasil uji normalitas seperti tercantum dalam Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,761 yang lebih besar dari taraf signifikan $\alpha = 0,05$, sehingga disimpulkan seluruh data variabel penelitian dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Untuk melihat apakah variabel Independent yang satu memiliki pengaruh terhadap variabel Independent lainnya maka dilakukan uji multikolinearitas, karena data yang digunakan variabel Independent jumlahnya lebih dari satu perlu melakukan uji multikolinearitas. Penilaian dilihat dari tingkat $VIF < 10$ dan tingkat toleransinya $> 0,10$, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5. 4
Hasil Uji Multikolinieritas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	SDM (X4), Brand Halal (X1), Daya Tarik Wisata (X2), Biro Perjalanan & Transportasi (X3) ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung (Y)

b. All requested variables entered.

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Brand Halal (X1)	,364	2,745
Daya Tarik Wisata (X2)	,565	1,770
1 Biro Perjalanan & Transportasi (X3)	,297	3,368
SDM (X4)	,538	1,860

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung (Y)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai tolerance variabel brand halal (X1) = 0,364, daya tarik wisata (X2) = 0,565, biro perjalanan & infrastruktur (X3) = 0,297, dan SDM (X4) = 0,538 lebih besar dari 0,10, serta nilai VIF variabel brand halal (X1) = 2,745, daya tarik wisata (X2) = 1,770, biro perjalanan & transportasi (X3) = 3,368, dan SDM (X4) = 1,860. Karena semua variabel bebas mempunyai nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10, dan nilai VIF di bawah atau lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Dalam model regresi tidak terjadi heterokedastisitas jika titik-titik menyebar secara acak diatas angka 0 pada sumbu Y. Untuk hasil lengkap pada uji heterokedastisitas dapat dilihat dari tabel, dapat disimpulkan bahwa pada model regresi di dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Model penelitian ini dikatakan tidak mengandung penyakit heteroskedisitas ketika nilai signifikannya lebih besar dari nilai alpha. Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas, dari tabel memperlihatkan bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu brand halal (X1) = 0,088, daya tarik wisata (X2) = 0,221, biro perjalanan & transportasi (X3) = 0,465, dan SDM (X4) = 0,263, atau dengan kata lain semua variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5. 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,042	,340		-,123	,902
1 Brand Halal (X1)	,058	,034	,286	1,724	,088
Daya Tarik Wisata (X2)	-,014	,011	-,164	-1,232	,221
Biro Perjalanan & Transportasi (X3)	-,032	,044	-,134	-,733	,465
SDM (X4)	,035	,031	,154	1,127	,263

a. Dependent Variable: Abs_Residual

Sumber: Hasil Olah Data, 2019

d. Analisis Regresi Linear Berganda dan Hipotesis

Analisis model regresi berganda ini bertujuan untuk melihat dan mengetahui adanya pengaruh atau tidak setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian regresi ini dilakukan dengan menggunakan uji hipotesis secara parsial dengan menggunakan uji t dan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F. Penjelasannya sebagai berikut:

1) Uji t (Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh antara Brand halal, daya tarik wisata, biro perjalanan dan infrastruktur, dan sumber daya manusia terhadap minat kunjung wisatawan ke destinasi wisata halal digunakan analisis regresi linier berganda, dimana variabel independen adalah brand halal (X1), daya tarik wisata (X2), biro perjalanan dan transportasi (X3), SDM(X4), serta variabel dependen yaitu minat berkunjung (Y). Berikut hasil uji regresi yang dilakukan: Model persamaan regresi Unstandardized Coefficients adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,930 + 0,167 X1 + 0,310X2 + 0,221X3 + 0,378X4$$

Dimana:

Y = Minat Berkunjung

0,930 = konstanta

X1 = Brand Halal

X2 = daya Tarik Wisata

X3 = Biro Perjalanan dan Transportasi

X4 = SDM

Menentukan t hitung dan t tabel dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ (uji dua sisi) dengan $df = n - k - 1$ (k adalah jumlah variabel Independent). Dengan penentuan t tabel : $n - k - 1 = 100 - 4 - 1 = 95 = (95; 0,025)$. Nilai $0,025$ berasal dari tingkat kesalahan penelitian 5% ($0,05$), karena memakai dua sisi jadi $0,05/2 = 0,025$, maka di dapat nilai da tabel = 1.985.

Tabel 5. 6
Hasil Uji-t (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,930	,506		-1,839	,069
Brand Halal (X1)	,112	,050	,167	2,235	,028
1 Daya Tarik Wisata (X2)	,087	,017	,310	5,186	,000
Biro Perjalanan & Transportasi (X3)	,174	,065	,221	2,679	,009
SDM (X4)	,284	,046	,378	6,158	,000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung (Y)

Sumber: Hasil Olah data, 2019

Untuk membuktikan apabila hipotesis diterima jika variabel Independent signifikan berpengaruh pada variabel dependen ditunjukkan jika nilai sigi-nya $\leq 0,05$ atau 5% , sebaliknya apabila hipotesis ditolak jika variabel Independent tidak signifikan berpengaruh pada variabel dependen ditunjukkan jika nilai sigi-nya $\geq 0,05$ ataupun 5% . Berikut adalah penjelasannya:

a) Pengaruh Brand halal (X1) terhadap minat berkunjung

H_0 : Brand halal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung di destinasi wisata halal.

H_1 : Brand halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata halal.

Dari tabel diatas didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $(2,235 > 1,985)$ dengan memiliki nilai signifikan 0,028. Dengan didapatkannya nilai signifikansi 0,028 yang artinya $< 0,05$, maka dalam hal ini H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan H_1 diterima maka artinya Brand halal berpengaruh signifikan secara positif terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata halal di Lombok Nusa Tenggara Barat.

b) Pengaruh daya tarik wisata terhadap minat berkunjung

H_0 : daya tarik wisata tidak berpengaruh positif dan signifikan antara terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata halal.

H_1 : daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata halal.

Dari tabel diatas didapatkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $(5,186 > 1,985)$ dengan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan didapatkannya nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya $< 0,05$, maka dalam hal ini H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dengan H_1 diterima artinya daya tarik wisata berpengaruh signifikan secara positif terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata halal di Lombok, Nusa Tenggara Barat.

c) Pengaruh biro perjalanan dan transportasi terhadap minat berkunjung

H_0 : biro perjalanan dan infrastruktur tidak berpengaruh positif dan signifikan antara terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata halal.

H_1 : biro perjalanan dan transportasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata halal.

Dari tabel diatas didapatkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $(2,679 > 1,985)$ dengan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,09.

Dengan didapatkannya nilai signifikansi sebesar 0,09 yang artinya $<0,05$, maka dalam hal ini H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Maka dengan H_1 diterima artinya biro perjalanan dan transportasi berpengaruh signifikan secara positif terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata halal di Lombok, Nusa Tenggara Barat.

d) Sumber daya manusia terhadap minat berkunjung

H_0 : sumber daya manusia tidak berpengaruh positif dan signifikan antara terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata halal.

H_1 : sumber daya manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata halal.

Dari tabel diatas didapatkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $(6,158 > 1,985)$ dengan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan didapatkannya nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya $<0,05$, maka dalam hal ini H_0 ditolak dan H_1

diterima. Maka dengan H_1 diterima artinya sumber daya manusia berpengaruh signifikan secara positif terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata halal di Lombok, Nusa Tenggara Barat.

2) Uji F Simultan

Uji hipotesis secara simultan dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya pengaruh dan tidaknya variabel Brand halal, daya tarik wisata, biro perjalanan dan infrastruktur, dan SDM terhadap variabel dependen yaitu minat berkunjung dengan melihat nilai F_{hitung} dalam pengujian tersebut. Menentukan F hitung (lihat pada tabel ANOVA) dan F tabel dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,05. F tabel ditentukan dengan rumus : $df1 = k - 1 = 5 - 1 = 4$, $df2 = n - k = 100 - 5 = 95 = (4;95)$

Maka, dapat nilai $F_{tabel} = 2,46$ dimana $n =$ banyaknya observasi dalam kurun waktu data, $k =$ banyaknya variabel (bebas dan terikat).

Tabel 5. 7
Hasil Uji-F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	160,755	4	40,189	99,829	,000 ^b
Residual	38,245	95	,403		
Total	199,000	99			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung (Y)

b. Predictors: (Constant), SDM (X4), Brand Halal (X1), Daya Tarik Wisata (X2), Biro Perjalanan & Transportasi (X3)

Sumber: Hasil Olah Data, 2019

Berdasarkan rumus hipotesis dalam uji F digunakan adalah sebagai berikut:

H_0 : Brand halal, daya tarik wisata, biro perjalanan dan infrastruktur, dan SDM tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat.

H_1 : Brand halal, daya tarik wisata, biro perjalanan dan infrastruktur, dan SDM berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung wisatawan di pulau Lombok, Nusa Tenggara Barat.

Berdasarkan tabel diatas, maka dari hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,00 dan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ sebesar ($99,829 > 2,46$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Brand halal, daya tarik wisata, biro perjalanan dan infrastruktur, dan SDM secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata halal.

3) Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (R^2) pada umumnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam mereangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan

untuk memprediksi varian variabel dependen. Kemudian memakai nilai Adjusted R^2 karena nilai Adjusted R^2 bisa naik atau turun jika satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. (Ghozali, 2009). Adjusted R Square berkisar pada angka 1-0, dengan asumsi bahwa semakin besar angka Adjusted RSquare maka akan semakin kuat hubungan dari kelima variabel dalam model regresi. Untuk hasil lengkap dari uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5. 8
Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,899 ^a	,808	,800	,63449

a. Predictors: (Constant), SDM (X4), Brand Halal (X1), Daya Tarik Wisata (X2), Biro Perjalanan & Transportasi (X3)

Sumber: Hasil Olah Data, 2019

Pada tabel diatas, pada bagian hasil model summary dapat disimpulkan koefisien determinasi yang telah disesuaikan (Adjusted RSquare) adalah sebesar 0,800 atau 800%, hal ini menunjukkan bahwa variasi variabel minat berkunjung dapat dijelaskan oleh ke empat variabel independen, yaitu Brand halal, daya tarik wisata, biro perjalanan dan transportasi, dan SDM dalam penelitian ini adalah sebesar 80%. Sedangkan selisihnya 20% lainnya dipengaruhi oleh atau dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Brand Halal Terhadap Minat Berkunjung

Dalam penelitian ini hasil yang di dapatkan dalam pengujian ini bahwa terdapat pengaruh positif signifikan variabel Brand halal terhadap minat berkunjung ke objek wisata pantai Kuta mandalika dengan nilai t sebesar 2,235 dan nilai signifikannya sebesar 0,28.

Brand halal dalam pariwisata untuk meningkatkan minat kunjung sangatlah penting. Brand halal merupakan strategi promosi pariwisata untuk memperkenalkan suatu produk yang baru dalam dunia pariwisata yang bisa dijadikan bahan pertimbangan wisatawan jika akan melakukan perjalanan wisata. Brand di sini merupakan salah satu alternatif yang digunakan untuk menarik wisatawan untuk berkunjung. Dengan adanya Brand halal dapat meningkatkan rasa nyaman kepada pengunjung Dalam berwisata. Penelitian terdahulu yang sesuai dengan variabel brand adalah penelitian Muhammad Idrus (2018) menurut penelitian ini variabel brand berpengaruh jika digunakan sebagai nama sebuah brand yang berkaitan dengan pariwisata. Manfaat dari brand dapat memberikan suatu identitas pada destinasi tersebut agar mudah dikenal oleh masyarakat pada umumnya.

Sebagai salah satu upaya untuk memajukan pariwisata Indonesia dibutuhkan usaha yang reintegrasi dan strategis untuk menjadi destinasi pilihan wisatawan. Oleh karena itu dibutuhkan brand yang kuat untuk memberikan perbedaan sebuah destinasi secara keseluruhan yang memiliki

nilai jual. Brand memiliki peran sentral dan bisa menjadi salah satu indikator penting dalam menentukan keberhasilan sebuah Citra daerah.

Sejalan dengan pentingnya sebuah brand dalam pariwisata pemerintah NTB harus mencoba mempertegas posisi sebuah destinasi wisata halal unggulan yang ada di Indonesia sebagai wujud dari tourism destination branding. Sebagai salah satu daerah yang memiliki Perda tentang pariwisata halal NTB harus dengan serius mengembangkan wisata halal ini karena hal tersebut memiliki potensi yang sangat besar bagi perekonomian.

Meskipun banyak kenyataan yang cenderung mengarahkan islam itu menerima pariwisata sebagai sesuatu yang dapat diterima, namun dalam kenyataannya dalam konteks banyak hal yang sangat bertentangan seperti pakaian minim yang ada hubungannya dengan wisata pantai, Serta tersedianya bar yang menyajikan minuman beralkohol atau hal yang bertentangan dengan syariat islam. Pandangan agama akan positif apabila identitas dari pariwisata itu diterapkan dan dijalankan dengan cara yang baik. Begitupun sebaliknya agama akan berpandangan negatif terhadap wisata walaupun tujuan dari wisata itu baik untuk menyenangkan manusia tetapi jika dalam menjalankannya menyimpang dari kemauan syariat, maka hal itu akan di tolak. Oleh sebab itu, jenis wisata ini memberikan batasan-batasan kepada pengunjung agar nyaman dalam berwisata.

Dalam mewujudkan NTB sebagai wisata halal memang masih banyak tantangan yang harus dilalui dalam mewujudkan wisata halal, yaitu

mengubah persepsi. Tujuannya di sini agar masyarakat, pelancong non-Muslim, dan para pelaku industri tidak berpikir negatif tentang wisata halal, brand wisata halal memang mengundang pro dan kontra di masyarakat, pelaku industri dan wisatawan menganggap bahwa wisata halal merupakan upaya islamisasi. Harapan Pemerintah untuk menjadikan kawasan wisata pantai memisahkan pengunjung pria dan wanita. Ini dilakukan karena mayoritas penduduk adalah Muslim dan dikenal dengan pulau seribu Masjid dan supaya wisatawan Muslim yang sedang berwisata merasa nyaman saat berenang.

Terkait pemisahan pantai berdasarkan jenis kelamin, Nursandi menyampaikan dalam waktu dekat pemerintah akan mengusahakan pemisahan lokasi mandi di pantai antara laki-laki dan perempuan, hal ini merupakan tanggung jawab atas penghargaan yang diperoleh NTB sebagai wisata halal dalam kompetisi di Abu Dhabi. Jika hal ini tidak dilakukan maka tidak sesuai antara label dengan kondisi yang ada di lapangan. Pemisahan ini sangat perlu karena NTB memiliki destinasi wisata pantai sangat banyak dan paling banyak dikunjungi adalah pantai. Sama halnya dengan Aceh yang sangat mendukung pengembangan wisata halal dengan menyediakan tempat yang terpisah antara laki-laki dan perempuan.

Dalam pelaksanaan wisata, ditakutkan akan memunculkan persepsi buruk bagi calon wisatawan, artinya daerah yang mengembangkan wisata halal akan dianggap sebagai daerah yang otoriter, memaksa, membatasi ruang gerak sehingga pengunjung akan menganggap daerah tersebut tidak

layak dikunjungi. Ini merupakan hal yang sangat penting bagi pemerintah untuk mengubah dan menciptakan persepsi baik dengan cara mengkomunikasikan pesan melalui sebuah branding yang telah ditetapkan.

Potensi yang dimiliki NTB akan sia-sia jika tidak diimbangi dengan strategi yang efektif. Saat ini destinasi branding menjadi pendekatan umum untuk pengelolaan dan promosi destinasi wisata bahkan telah menjadi tren di kalangan pemasar destinasi wisata. Branding ini sangat penting karena berkaitan dengan pengembangan dan nilai Citra daerah tersebut. Pengelolaan branding ini jika dilakukan dalam jangka panjang mungkin akan berdampak untuk kedepannya. Oleh karena itu diperlukan strategi yang matang untuk mengembangkan sebuah brand baru dalam pariwisata.

Besarnya pengaruh brand halal terhadap minat berkunjung wisatawan ke wisata halal Nusa Tenggara Barat adalah sebesar 0,167 atau 16,7% dan sedangkan sisanya 83,3% dijelaskan oleh variabel lain. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dikemukakan oleh Muhammad Idrus (2017) bahwa brand berpengaruh terhadap mempromosikan sebuah destinasi wisata.

2. Pengaruh Objek Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung

Dalam penelitian ini hasil yang di dapatkan dalam pengujian bahwa terdapat pengaruh positif signifikan variabel daya tarik wisata terhadap minat berkunjung ke objek wisata halal dengan nilai t sebesar 5,186 dan nilai signifikannya sebesar 0,00. Strategi umum dengan meningkatkan

daya tarik wisata misalnya atraksi, fasilitas pendukung wisata dan atribut-atribut yang ada di tempat wisata yang dijadikan sebagai daya tarik wisata. Menurut Rijal Khaerani dkk (2017) daya tarik suatu objek wisata bisa dijadikan wisata halal sehingga dapat mendorong wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut. Sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini mendukung suatu penelitian yang dilakukan sebelumnya.

Destinasi wisata halal dijelaskan sebagai kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah yang terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, serta aksesibilitas. Destinasi wisata halal diarahkan untuk mewujudkan kemaslahatan umum. Daya tarik wisata pantai yang sangat menarik adalah keindahan pemandangan pantai Kuta Mandalika dan juga adanya festival bau Nyale yang diselenggarakan setiap tahunnya. Hal ini menjadi daya tarik wisata yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan.

Dalam hal pengembangan daya tarik wisata perlu diperhatikan kondisi lingkungan terutama kebersihan sekitar kawasan pantai Kuta. Karena dalam hal kebersihan masih sangat minim sekali walaupun sudah banyak disediakan tempat sampah tapi fungsi dari itu masih kurang optimal. Banyaknya sampah yang berserakan di pasir pantai yang bisa mengurangi pesan pantai tersebut. Faktor keamanan dan kenyamanan pada kawasan destinasi wisata merupakan nilai tambah dan peluang untuk dikunjungi oleh wisatawan. Sebagaimana yang dimaksudkan UNWTO (2004) bahwa destinasi wisata sudah saatnya untuk memberikan alternatif

berwisata dengan keselamatan dan rasa aman bagi wisatawan selama berwisata. Pada sisi lain, pembangunan sarana dan prasarana pariwisata telah dibangun seperti Bandara Internasional Lombok, perbaikan infrastruktur jalan, peningkatan kualitas pelayanan pada pelabuhan, serta dibangunnya akomodasi yang bertaraf internasional. Pengembangan hal tersebut bisa memikat wisatawan untuk mengunjungi Lombok. Masyarakat maupun wisatawan kurang menyadari kebersihan lingkungan sehingga tidak heran masih sangat banyak wisatawan ataupun masyarakat sekitar yang masih sembarangan dalam membuang sampah. Akibat dari kurang pahamnya masyarakat tentang kebersihan lingkungan berimbas pada keindahan dan kesejukan kawasan pantai Kuta Mandalika. Padahal sangat disayangkan sekali akibat dari hal itu berdampak pada daya tarik wisata yang menurun.

Kebersihan lingkungan sekitar kawasan pariwisata merupakan hal yang paling penting. Kurihara (2010) mengklasifikasikan bahwa keadaan lingkungan sekitaran kawasan wisata lingkungan tersebut harus terjaga kebersihannya dengan tidak membuang sampah sembarangan. Kondisi lingkungan yang tidak bersih bisa mengakibatkan ketidaknyamanan pengunjung dalam berwisata yang pada akhirnya akan berakibat wisatawan akan enggan untuk mengunjungi kembali destinasi wisata tersebut. Jadi kebersihan kawasan lingkungan juga bisa menjadi daya tarik objek wisata tersebut untuk menarik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Selain keindahan wisata sebagai daya tarik wisata akses jalan menuju wisata juga sangat penting. Hal ini bisa menjadi salah satu pertimbangan wisatawan dalam mengunjungi destinasi wisata. Karena akses jalan yang baik akan memudahkan wisatawan dalam perjalanan menuju destinasi wisata sehingga bisa meningkatkan jumlah pengunjung.

Selain itu Kuta Mandalika juga memiliki daya tarik yaitu tradisi yang asing berkembang dan masih dilestarikan oleh masyarakat. Masyarakat yang ramah tambah merupakan keunggulan tersendiri sebagai daya tarik wisata. Beberapa daya tarik yang ada di kawasan mandalika adalah seperti wisata budaya, wisata kuliner, wisata alam, dan wisata manan manusia. Fokus utama dalam pengembangan kawasan mandalika adalah Hotel. Hal ini sangatlah penting dalam pengembangan pariwisata sebagai fasilitas pendukung dari pengembangan pariwisata untuk meningkatkan minat berkunjung wisatawan.

Keindahan alam yang ada di pulau Lombok sekarang dikelola sebagai destinasi wisata yang ramah lingkungan. Dengan alamnya yang masih indah dan pihak pemerintah mengambil alih untuk mengembangkan wisata baru yaitu wisata halal. Segala bentuk tempat wisata terus dikelola dan dikembangkan oleh pemerintah agar keindahan alam dapat terjaga dengan baik, pihak pemerintah harus turun tangan bersama dengan masyarakat untuk mengelola tempat wisata sehingga bisa menjadi daya tarik untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke pulau Lombok.

Lombok memiliki kawasan wisata yang dapat dikelola dan dikembangkan menjadi wisata halal sebagai varian yang baru dalam berwisata agar wisatawan dapat memilih sesuai dengan keinginan bersama keluarga. Kawasan Ekonomi Khusus yang ada di The Mandalika merupakan wilayah pantai yang dulunya kurang apa perhatian dari pemerintah dan pada tahun 2016 pemerintah menjadikan KEK sebagai pusat pengembangan wisata halal. Lombok juga terkenal dengan pulau seribu masjidnya hal ini menjadi daya tarik wisatawan untuk berlibur menghabiskan waktu senggangnya bersama keluarga. Sumber daya lingkungan yang masih asri dapat membuat para wisatawan luar negeri betah untuk berlama-lama menghabiskan waktunya. Keramahan masyarakat Lombok menerima wisatawan terbukti dari sedikit banyaknya masyarakat lokal yang menikasi para turis mancanegara.

3. Pengaruh Infrastruktur Biro perjalanan dan Transportasi Terhadap Minat Berkunjung

Dalam penelitian ini hasil yang di peroleh dalam pengujian bahwa terdapat pengaruh positif signifikan variabel biro perjalanan dan transportasi terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata halal di pantai Kuta Nusa Tenggara barat dengan nilai t sebesar 2,679 dan nilai signifikannya 0,009.

Biro perjalanan dan transportasi memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung wisatawan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya biro perjalan dan infrastruktur yang baik dapat meningkatkan

jumlah kunjungan wisatawan. Biro perjalanan wisata menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria pariwisata Syariah.

Biro perjalanan wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur dan menyediakan pelayanan bagi seseorang dalam melakukan perjalanan dengan tujuan utamanya untuk berwisata yang sesuai dengan prinsip Syariah. Biro perjalanan wisata wajib menyelenggarakan paket wisata yang sesuai dengan prinsip Syariah, memiliki daftar akomodasi dan destinasi yang sesuai dengan kaidah Islam, memiliki daftar penyedia makanan dan minuman yang bersertifikat halal. Biro perjalanan wajib memiliki panduan wisata yang dapat mencegah terjadinya tindakan diluar ajaran Islam.

Biro perjalanan wisata Syariah tidak sulit untuk di bentuk., namun yang sulit adalah melakukan transaksi jasa wisata dengan menggunakan sistem ekonomi Syariah baik melalui bank Syariah, asuransi Syariah dan lain sebagainya. Ada dua travel yang menonjol yang dikembangkan dengan syariat Islam yakni Lombok Syariah Travel dan Lombok wisata Syariah.

Wisatawan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jasa transportasi merak akan terlebih dahulu melihat icon dari paket wisata sehingga bagi penyedia jasa transportasi sangat penting untuk membuat icon paket wisata yang menarik untuk menarik wisatawan. Melihat kemajuan pariwisata yang ada di Lombok yang memiliki daya tarik wisata sehingga setiap tahunnya pengunjung yang berlibur ke Lombok semakin

meningkat. Pihak penyedia paket wisata halal pun semakin dicari oleh pengunjung. Sehingga perkembangan biro perjalanan makin tinggi, travel yang disediakan pemerintah maupun swasta menjadi pilihan utama wisatawan sebagai guide tour untuk mengelilingi pulau Lombok.

Bukan hanya itu banyak wisatawan yang datang bersama teman-temannya yang dari Lombok untuk melancong bersama karena mereka percaya bahwa Lombok itu indah. Jasa transportasi merupakan salah satu jenis usaha yang menjadi kebutuhan wisatawan. Jasa transportasi memiliki tujuan memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk mencapai objek wisata yang akan dituju. Jasa transportasi yang ada di Kuta mandalika kendaro roda dua dan kendaraan roda empat. Penciptaan rasa nyaman dan aman wisatawan tidak hanya berasal dari sikap masyarakat lokal saja tetapi juga sikap dari wisatawan tersebut. Greenwood (dalam Pitana, 2005) melihat bahwa hubungan antara wisatawan dan masyarakat lokal menyebabkan terjadinya proses komoditasi dan komersialisasi dari keramahan masyarakat lokal. Proses ini akan menyebabkan kedua pihak bertujuan untuk menguntungkan diri sendiri.

Menurut Kanal Wisata (2017), transportasi dalam pariwisata adalah sarana yang digunakan untuk mencapai tujuan wisata dan juga sarana pergerakan di tempat tujuan wisata. Setiap kegiatan wisata tentunya akan membutuhkan jasa transportasi baik transportasi darat, udara, maupun laut. Jasa transportasi ini akan memberikan manfaat karena bersifat fleksibel terutama jasa transportasi darat yang bisa mengantarkan wisatawan

langsung ke objek yang akan dituju. Wisatawan bisa menentukan sendiri rute perjalanannya dan bisa mengatur waktu keberangkatan dan kedatangan. Pulau Lombok sudah memiliki sarana dan infrastruktur yang baik untuk menunjang perkembangan wisata yang akan dilakukan pemerintah.

Berdasarkan penjelasan di atas infrastruktur biro perjalanan dan transportasi sangatlah penting sebagai penunjang pariwisata. Hal ini dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi objek wisata karena mudahnya dan banyaknya penyedia jasa transportasi yang sudah disediakan pemerintah maupun pihak swasta. Dengan adanya paket wisata halal juga akan memberikan kenyamanan wisatawan Muslim yang menggunakan jasa transportasi karena dalam paket wisata seharusnya sudah sesuai dengan kaidah syariat Islam.

4. Pengaruh Sumber Daya Manusia Terhadap Minat Berkunjung

Dalam penelitian ini hasil yang diperoleh dalam pengujian bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel sumber daya manusia terhadap minat berkunjung ke destinasi wisata halal di pantai Kuta Mandalika, Nusa Tenggara Barat dengan nilai t sebesar 6,158 dan nilai signifikannya 0,00.

Meskipun Pulau Lombok NTB telah berhasil memperoleh dua penghargaan dunia, yakni World's Best Honeymoon Destination dan World's Best Halal Tourism Destination dalam ajang international World's Best Halal Travel Summit di Abu Dhabi Uni Emirate Arab, tetapi

bukan berarti Pemda NTB tidak menghadapi beragam tantangan dalam mengembangkan wisata halal. Di antara tantangan itu antara lain adalah, pertama, meyakinkan warganya tentang urgensi pengembangan wisata halal di NTB, karena pada kenyataannya, tidak semua warga NTB mengapresiasi upaya Pemda dalam mengembangkan wisata halal di NTB, bahkan tidak sedikit warga yang menyangsikan kontribusi pengembangan wisata halal terhadap kesejahteraan masyarakat. Menurut salah satu warga, selama ini Pemda belum mampu dengan baik untuk menangani kriminalitas yang muncul di NTB. Agar wisata halal dapat dilaksanakan Pemda mestinya serius menangani tindak kriminal terhadap wisatawan asing

Kesangsian salah satu warga NTB tersebut terhadap pengembangan wisata halal di NTB itu sejatinya senafas dengan apa yang disebutkan dalam Rencana Induk Pariwisata Berkelanjutan di Pulau Lombok 2015-2019, bahwa pengembangan wisata halal di Pulau Lombok tidak boleh hanya berlandaskan pada jumlah penduduk NTB yang mayoritas beragama Islam dan julukan Pulau Lombok sebagai Pulau Seribu Masjid. Pengembangan wisata halal harus memiliki konsep yang jelas dan target wisatawan yang hendak dibidik tidak boleh hanya untuk wisatawan Muslim dari negara-negara Timur Tengah saja. Konsep wisata halal seperti yang terekam di dalam Perda dipersepsikan sebagai kegiatan wisata yang tidak bertentangan dengan syariah yang diimplementasikan dalam

industri pariwisata: akomodasi, restoran, biro perjalanan wisata, dan solusi per aqua (SPA).

Tantangan lain yang dihadapi Pemda NTB dalam pengembangan wisata halal di Lombok adalah penyiapan sumber daya manusia yang kompeten. Pengembangan wisata halal menuntut tersedianya pemandu wisata syariah yang memahami syariah, berakhlak mulia, komunikatif, jujur, ramah, bertanggung jawab, dan memiliki kompetensi kerja sesuai dengan standar profesi yang berlaku yang dibuktikan dengan sertifikat. Menurut Ketua Majelis Ulama Indonesia Provinsi NTB, pemandu wisata adalah ujung tombak pariwisata, tetapi hingga saat ini, belum banyak pemandu wisata yang berkompeten. Apalagi pemandu wisata syariah. Karena itu, Pemda NTB perlu memikirkan ketersediaan pemandu wisata syariah tersebut. Begitu juga dengan pengelola wisata halal, mereka perlu melakukan rekrutmen dengan berpedoman pada perda wisata halal untuk menyediakan pemandu wisata syariah yang berkompeten. Kekosongan SDM seperti itu dapat diatasi dengan rekrutmen dan pelatihan, karenanya pengelola industri wisata halal atau pemerintah daerah dapat menggelar pelatihan khusus wisata halal kepada para calon pemandu wisata halal yang berhasil direkrut.

Wisata halal, meskipun merupakan praktik pariwisata sebagaimana umumnya, tetap memiliki ciri khas, yakni memperhatikan kebutuhan dasar wisatawan Muslim terkait praktik ibadah mereka dalam berwisata. Jika salah satu target wisata halal NTB adalah wisatawan yang berasal dari

Timur Tengah yang rata-rata menggunakan bahasa Arab sebagai bahasa komunikasi mereka, maka pemandu wisata syariah juga harus mampu berbahasa Arab, bagaimana hal ini dapat diatasi? Pelatihan bahasa Arab kepada para pemandu wisata halal adalah kebutuhan yang tak terelakkan. Selain bahasa Arab, materi pelatihan lainnya adalah aspek sejarah destinasi wisata yang ada di NTB, terutama aspek sejarah Islamnya, misalnya bagaimana corak keislaman masyarakat NTB, ada juga kultur Islam wetu telu.