

Original Research Article

Public Perception of Sharia Tourism Destinations: The Phenomenon Destination In Main Tourism Raya Banyuglugur Situbondo

Persepsi Masyarakat Terhadap Destinasi Wisata Syariah: Tujuan Fenomena Di Wisata Utama Raya Banyuglugur Situbondo

Saifuddin¹, Sofiyatul Mukarromah²

^{1,2}Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo

Article history: Recieved July 4 2021; Accepted September 19, 2021; Published October 20, 2021

HOW TO CITE: Saifuddin, Sofiyatul Mukarromah (2021) Persepsi Masyarakat Terhadap Destinasi Wisata Syariah: Tujuan Fenomena Di Wisata Utama Raya Banyuglugur Situbondo (Public Perception of Sharia Tourism Destinations: The Phenomenon Destination In Main Tourism Raya Banyuglugur Situbondo), Vol 5 (2), October 2021, 213-222. DOI Link: <http://doi.org/10.21070/perisai.v5i2.1532>

ABSTRACT

Sharia tourism is tourism that puts forward Islamic values and norms in accordance with Islamic law as its basic foundation. This study aims to find out or see how the perception of the public or tourists towards sharia tourist destinations in Utama Raya Banyuglugur Situbondo. This research is a quantitative research with a survey method conducted by distributing questionnaires to 55 respondents. The results of this study indicate that tourists and the local community have a good perception of sharia tourism in Utama Raya, according to the results of the data that has been collected. Tourists and the local community are very enthusiastic about sharia tourism in Utama Raya.

Keywords: *Community Perception, Utama Raya, Sharia Tourism*

ABSTRAK

Wisata syariah merupakan wisata yang mengedepankan nilai dan norma keislaman yang sesuai dengan syariat islam sebagai landasan dasarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau melihat bagaimana persepsi masyarakat atau wisatawan terhadap destinasi wisata syariah di Utama Raya Banyuglugur Situbondo. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survey yang dilakukan dengan menyebarkan kusioner terhadap 55 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wisatawan dan masyarakat setempat memiliki persepsi baik terhadap wisata syariah di Utama Raya, menurut hasil data yang telah terkumpulkan. Wisatawan dan masyarakat setempat sangat antusias dengan adanya wisata syariah di Utama Raya.

Kata Kunci: *Persepsi Masyarakat, Utama Raya, Wisata Syariah*

*Correspondent e-mail address saifuddin.unuja@gmail.com

Peer reviewed under reponsibility of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

© 2021 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, All right reserved, This is an open access article under the CC BY license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Bagian penting dari ekonomi global saat ini adalah ekonomi Islam. (Utami, 2018) Pertumbuhan ekonomi Islam didukung oleh pertumbuhan jumlah penduduk muslim dunia yang berusia muda, pertumbuhan ekonomi pesat di negara-negara Islam, nilai Islam yang mendorong bisnis dan gaya hidup Islam (Permadi, Darwini, Retnowati, Negara, & Septiani, 2018). Selain itu majunya hubungan ekonomi negara-negara Islam dengan non-Islam yang tergabung dalam Organisasi Konferensi Islam, investasi perusahaan multinasional dan teknologi digital yang mempermudah hubungan antar negara juga ikut mendorong kemajuan ekonomi Islam (Astrama & Mahayasa, 2021).

Pariwisata dipahami sebagai rangkaian kegiatan (perjalanan) yang dilakukan oleh setiap individu maupun kelompok dalam suatu wilayah atau suatu tempat dimana kegiatan tersebut dapat mewujudkan keinginan wisatawan. (Yuniningsih, Darmi, & Sulandari, 2019) Adapun sifat perjalanannya adalah sementara waktu (Putra & Adnan, 2021).

Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, juga menjelaskan bahwa pariwisata dimaknai dengan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Sobrowi, Safri, & Achmad, 2021). Adapun yang dimaksud ketersediaan fasilitas yang disediakan oleh pemerintah, masyarakat, ataupun pengusaha bertujuan untuk memberikan layanan kepada wisatawan yang datang (Fitriana & Putri, 2021).

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia mendefinisikan pariwisata syariah sebagai kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah (daerah/pusat) yang memenuhi ketentuan-ketentuan syariah (Astrama & Mahayasa, 2021). Di dalamnya juga terkait dengan produk pariwisata yang berbasis syariah.

Berdasarkan pengertian tersebut, maka konsep wisata syariah dimaknai dengan layanan fasilitas dan segala hal yang terkait dengannya, tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah. (Akmal, Mellina, Jamal, & Zarkasyi, 2020) Dengan artian bahwa meskipun maknanya universal namun tidak bisa lepas dari konsep halal dan haram. (Nurdin, Novia, Rahman, & Suhada, 2019) Halal disini bermakna dibenarkan (diperbolehkan) yakni semua tidak boleh bertentangan dengan syariat Islam (Janti, 2020) seperti penyediaan fasilitas yang dilarang oleh Islam (minuman beralkohol, berpakaian yang membuka aurat, menyediakan makanan yang diharamkan dan lain-lain. Sedangkan makna haram disini adalah dilarang. (Ali, 2016)

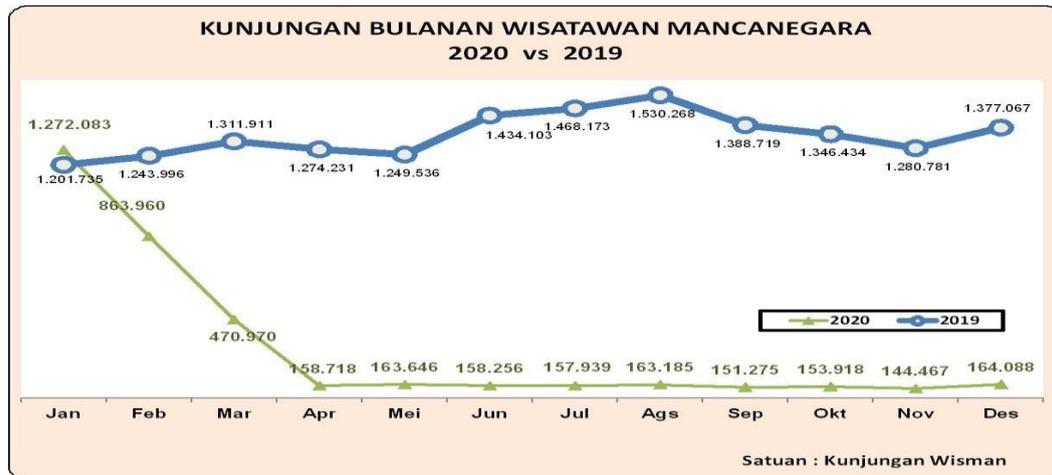
Saat ini konsep syariah telah memasuki bagian penting dari pertumbuhannya. Hal ini terlihat dari konsep syariah di berbagai sisi kehidupan mulai dari produk makanan dan minuman, keuangan, hingga gaya hidup. (Masful, 2017) Sebagai tren baru dalam gaya hidup, maka banyak negara yang mulai memperkenalkan produk wisatanya dengan konsep halal dan Islam. Bahkan negara seperti Jepang, Australia, Thailand, Selandia Baru, dan sebagainya yang mana bukan negara mayoritas berpenduduk muslim turut membuat produk wisata syariah (Ramadhany & Ridlwan, 2018).

Perkembangan konsep wisata syariah berawal dari adanya jenis wisata ziarah dan religi (pilgrims tourism/spiritual tourism). Dimana pada tahun 1967 telah dilaksanakan konferensi di Cordoba, Spanyol oleh World Tourism Organization (UNWTO) dengan judul "Tourism and Religions: Contribution to the Dialogue of Cultures, Religions and Civilizations". Wisata ziarah meliputi aktivitas wisata yang didasarkan atas motivasi nilai religi tertentu seperti Hindu, Budha, Kristen, Islam, dan religilainnya (Fawaid & Khotimah, 2019). Seiring waktu, fenomena wisata tersebut tidak hanya terbatas pada jenis wisata ziarah atau religi tertentu, namun berkembang ke dalam bentuk baru nilai-nilai yang bersifat universal seperti kearifan lokal, memberi manfaat bagi masyarakat, dan unsur pembelajaran. Dengan demikian bukanlah hal yang mustahil jika wisatawan muslim menjadi segmen baru yang sedang berkembang di arena pariwisata dunia (Susanti, 2018).

Dilihat dari faktor demografi, potensi wisatawan muslim dinilai cukup besar karena secara global jumlah penduduk muslim dunia sangat besar seperti Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, dan negara-negara Timur Tengah dengan tipikal konsumen berusia muda atau usia produktif, berpendidikan, dan memiliki disposable income yang besar. Jumlah penduduk muslim pada tahun 2010 sebesar 1,6 miliar atau 23% jumlah

penduduk dunia. Jumlah penduduk muslim tersebut merupakan urutan kedua setelah umat Kristiani sebesar 2,2

miliar atau 31% penduduk dunia. Dan diperkirakan hingga tahun 2050, penduduk muslim mencapai 2,8 miliar atau 30% penduduk dunia (Anggarini, 2021).



Gambar 1 Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara

Kunjungan wisman ke Indonesia melalui seluruh pintu masuk tahun 2020 berjumlah 4.052.923 kunjungan mengalami penurunan sebesar 74,84% dibandingkan tahun 2019 yang berjumlah 16.108.600. Kunjungan wisman pada 3 (tiga) pintu besar dari 26 pintu masuk utama tahun 2020 dibandingkan bulan Desember 2019, yaitu: Ngurah Rai mengalami penurunan sebesar 83,02%, Soekarno-Hatta mengalami penurunan sebesar 82,01%, serta Batam mengalami penurunan sebesar 84,84%. Berdasarkan kebangsaan, jumlah kunjungan wisman pada tahun 2020 di seluruh pintu masuk tercatat dengan jumlah kunjungan tertinggi, yaitu: Timor Leste sejumlah 994.590 kunjungan, Malaysia sejumlah 980.118 kunjungan, Singapura sejumlah 280.492 kunjungan, Australian 256.291 kunjungan, dan Tiongkok sejumlah 239.768 kunjungan. (Kemenparekraf/Baparekraf Republik Indonesia)

Utama Raya merupakan rest area, penginapan dan wisatapantai yang berada dalam satu kawasan. Berlokasi di JL Banyuglugur Kabupaten Situbondo, Jawa Timur. Destinasi Utama Raya dibagi menjadi tiga kawasan terdiri dari rest area, cafe and resto dan SPBU (stasiun pengisian bahan bakar umum). Awalnya Utama Raya hanya menyediakan SPBU dan toilet umum dengan tingkat kebersihan yang terkenal, namun kini Utama Raya telah mengembangkan fasilitas lengkap dengan harga terjangkau untuk meningkatkan customer loyalty. Untuk menangkap peluang kunjungan wisatawan dari luar kawasan Kabupaten Situbondo dan kawasan-kawasan lain yang berpenduduk mayoritas muslim, pemerintah Kabupaten Situbondo mulai mempersiapkan diri untuk mengimplementasikan pariwisata syariah atau yang disebut juga dengan pariwisata halal.

Rencana ini diharapkan akan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata Kabupaten Situbondo khususnya di wisatasyariah Utama Raya Banyuglugur Situbondo. Selain itu, diharapkan akan dapat memicu pertumbuhan dan pengembangan ekonomi dalam wilayah yang memiliki daya tarik yang kuat. Usaha ekonomi pariwisata kreatif meliputi panorama pantai, penginapan, restoran, supermarket, beberapa mushalla elit, SPBU dan lain-lain yang secara langsung dapat menunjang pengembangan Geopark berkelanjutan.

Penelitian tentang persepsi masyarakat terhadap wisata syariah telah banyak diteliti diantaranya menurut (Permadi et al., 2018) Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Nusa Tenggara Barat memiliki persepsi yang baik terhadap rencana penerapan wisata halal di daerah ini, sikap yang positif terhadap rencana penerapan wisata halal di daerah ini dan dari diagram Kartesius diketahui bahwa hasil rencana penerapan wisata halal dipersepsikan dan disikapi sangat tinggi oleh masyarakat NTB.

Penelitian lainnya diantaranya menurut (Suherlan, 2015) hasil penelitian ini menunjukkan wisata syariah di Jakarta masih rendah kinerjanya padahal tingkat kepentingannya tinggi. Namun pada sisi lain, terdapat tingkat kepentingan tinggi dan juga kinerjanya sudah baik dan menjadi kekuatan wisata syariah yang dimiliki Jakarta, sementara itu juga ada yang memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan kinerjanya juga dinilai kurang baik yaitu dining options and assurance, dan number of hotels, which are promoted as muslim friendly.

Temuan lainnya dalam penelitian (Ansharullah, Natasha & Indra, 2018) hasil pengabdian dapat disimpulkan

bahwa pengetahuan dan pemahaman para pelaku ekonomi dibidang pariwisata di Masjid Agung Islamic centre Kabupaten Rokan Hulu tentang konsep wisata syariah semakin meningkat.

Bersumber dari pemikiran dan penelitian di atas, penelititertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi terhadap bagaimanapersepsi masyarakat terhadap wisata syariah di Utama RayaBanyuglugur Kabupaten Situbondo.

KAJIAN TEORI

Persepsi Masyarakat

Persepsi mempunyai artikulasi yang luas, karena pada dasarnya persepsi merupakan pencetus dari hasil pola pikir seseorang untuk memberikan bobot kepada apa yang sudah dilihatnya. (Rusdianto & Ibrahim, 2016)

Persepsi merupakan suatu proses kognitif yang dialami seseorang dalam memahami dan menafsirkan informasi tentang lingkungan sekitar melalui panca indera mereka (penglihatan, penciuman, pendengaran, penghayatan, perasaan dan peraba). (Permadi et al., 2018) Dalam persepsimengandung suatu proses dalam diri untuk mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana pengetahuan kita terhadaplingkungan atau orang lain. (Ramdhani, 2019) Pada proses ini kepekaan mulai terlihat dalam diri seseorang terhadap lingkungannya. Cara pandang menentukan kesan yang dihasilkan dari proses persepsi. (Setiawan & Fithrah, 2018)

Masyarakat dalam KBBI dapat dipahami dengan sekelompok manusia yang bertempat tinggal dalam suatu wilayah dengan batas tertentu. Masyarakat juga merupakan sekelompok manusia yang hidup dalam satu kesatuan dalam tatanan masyarakat. (Fadhila Rahma, 2018) Proses interaksi tidak lepas dari cara pandang satu individu terhadap individu lain, sehingga dapat melahirkan apa yang dinamakan persepsi masyarakat. Penilaian terhadap sikap, perilaku dan tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari dapat menghasilkan sebuah persepsi. (Listyana & Hartono, 2015)

Dari pengertian diatas bahwa persepsi masyarakat merupakan suatu proses yang terjadi pada sekelompok manusia yang memberikan tanggapan atau kesimpulan terhadap peristiwa atau informasi yang diterima oleh kelompok individu tersebut. (Risman, Wibhawa, & Fedryansyah, 2016) Wisata Syariah

Wisata merupakan sektor industri yang telah menduduki peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa didunia. (Lestari & Hardiyanti, 2019) Kemajuan dan kesejahteraan yang semakin tinggi telah menjadikan pariwisata sebagai gaya hidup manusia, dan sebagai penggerak manusia untuk mengenal alam dan budaya dikawasan-kawasan negara lain. (Risman et al., 2016) Dunia pariwisata selalu mengalami peningkatan dan memunculkan sesuatu atau inovasi baru dalam perkembangannya. (Pratiwi, 2016)

Wisata syariah berarti destinasi wisata yang memiliki nilai-nilai keislaman dan juga makanannya halal, hotelnya halal, sarana ibadah yang tersedia dan lainnya. (Rachmad, 2017) Wisata syariah mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat muslim dalam penyajiannya, mulai dari akomodasi, restaurant, sehingga aktivitas wisata yang selalu mengacu pada norma-norma keislaman. (Suherlan, 2015)

Karakteristik wisata syariah dilihat dari standar pengukuran dalam segi administarisi dan pengelolaannya, yakni: (Mustajab, Baharun, & Iltiqiyah, 2020)

- a) Pelayanan terhadap wisatawan harus sesuai dengan prinsip syariat islam secara keseluruhan
- b) Staf dan pengelola wisata harus memiliki etika dan respek kepada wisatawan yang sesuai dengan prinsip syariat islam
- c) Restaurant harus mengikuti pelayanan halal
- d) Mengatur semua kegiatan supaya tidak bertentangan dengan prinsip syariat islam
- e) Bangunan dengan fasilitas memadai dan harus sesuai dengan prinsip syariat islam
- f) Tersedianya tempat-tempat untuk semua wisatawan muslim untuk melakukan kegiatan keagamaan (ibadah)

Konsep dari wisata syariah merupakan bentuk kegiatan wisata yang tidak hanya terbatas pada wisata keagamaan, melainkan meliputi segala macam bentuk kegiatan wisata yang ada tetapi tetap mengedepankan prinsip-prinsip syariat dalam pengelolaannya. (Akmal et al., 2020) Memelihara dan menikmati keindahan ciptaan Allah SWT berarti mensyukuri nikmat dan kaarunia-Nya. (Suherlan, 2015)

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan di Utama Raya Banyuglugur Situbondo, dengan menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data informasi dari responden terkait objek wisata syariah dan persepsi terhadap adanya destinasi wisata syariah Utama Raya.

Peneliti memilih Utama Raya sebagai objek yang akan diteliti karena berdasarkan hasil survey awal penelitian, Utama Raya merupakan destinasi wisata syariah yang memiliki panorama pantai sangat indah dengan fasilitas-fasilitas yang bagus bernuansa religi yang mana bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung (costumer loyaliti).

Informan dalam penelitian ini adalah persepsi masyarakat yang diambil dengan menggunakan kuesioner. Untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap destinasi wisata syariah di Utama Raya, peneliti menggunakan pertanyaan-pertanyaan mengenai persepsi masyarakat terhadap destinasi wisata syariah.

Teknik pengumpulan data tidak lain dari proses pengadaan terhadap data primer untuk kepentingan penelitian dengan membagikan kuesioner. Untuk mengumpulkan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang dilibatkan sebagai anggota sampel. Kuesioner dapat dipahami sebagai suatu daftar pertanyaan-pertanyaan yang akan memperoleh data jawabandari setiap responden. (Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, 2020)

Analisis data dilakukan secara sirkuler, yang diawali daridata statistik deskriptif secara keseluruhan dari hasil kuesioner penelitian tentang wisata syariah selamadilapangan. Kemudian peniliti melakukan data reduksi yang telah terkumpul sesuai dengan tema yang telah ditentukan, sehingga akan didapatkan sebuah data yang tersusun secara sistematis sesuai dengan fokus penelitian. Dari temuan penelitian terdahulu, kemudian diakhiri dengan penarikan kesimpulan penelitian, sebagai temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagaimana persepsi masyarakat terhadap wisata syariah di Utama Raya Banyuglugur Situbondo.

- Berdasarkan Jenis Kelamin

Upaya untuk mendapatkan data dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan penyebaran kuisisioner kepada wisatawan yang berkunjung ke Wisata Utama Raya Banyuglugur Situbondo sebanyak 55 responden.

TABLE 1 Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	28	50,9%
2	Perempuan	27	49,1%
Jumlah		55	100%

Berdasarkan hasil perolehan tabel diatas dapat disimpulkan dari jenis kelamin, responden laki-laki 28 dengan tingkat presentase 50,9% selanjutnya responden dari perempuan yang memiliki jumlah responden 27 dengan tingkat persentase 49,1%.

Berdasarkan Usia

Data lain yang disajikan dalam kuisisioner adalah gambaran keadaan umum dari responden yaitu berdasarkan usia

TABLE 2 Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	< 15 tahun	5	9,1%
2	< 25 tahun	46	83,6%
3	< 45 tahun	3	5,5%
4	< 60 tahun	1	1,8%
Jumlah		55	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden terbanyak berkisar pada usia <25 tahun (remaja) jumlah 46 responden dengan jumlah persentase 83,6%, sedangkan untuk usia <15 tahun terdapat 5 responden dengan persentase 9,1%, dan untuk usia <45 tahun ada 3 responden dengan persentase 5,5% serta <60 tahun hanya terdapat 1 responden saja dengan persentase 1,8%.

- Berdasarkan Pengetahuan

TABLE 3 Berdasarkan Pengetahuan

Kategori	PWS
Sangat Paham	24/48%
Cukup Paham	15/25%
Sedikit Paham	1/2%
Sangat Tidak Paham	15/25%
Total/Persentase	55/100%

Keterangan:

PWS : Pemahaman masyarakat terhadap Wisata Syariah

- Terdapat 24 responden dengan jumlah persentase 48% yang sangat memahami tentang wisata syariah, akan tetapi yang merasa sangat tidak paham mengenai wisata syariah terdapat 15 responden dengan persentase 25%, sehingga mereka merasa sangat tidak paham tentang wisata syariah tersebut. Setelah itu terdapat 15 responden dengan persentase 25% yang cukup memahami tentang wisata syariah, hal ini menunjukkan bahwa responden masih belum dapat membedakan antara wisata syariah, ziarah dan religi, dalam garis besarnya responden sudah dapat memahami bagaimana alur dari wisata syariah. Sisanya terdapat 1 responden dengan persentase 2% yang sedikit paham tentang wisata syariah, berarti pastinya bagi mereka wisata syariah adalah wisata yang berhubungan dengan etika dan aturan-aturan islam.

- Berdasarkan Persepsi Masyarakat

TABLE 4 Berdasarkan Persepsi Masyarakat

Kategori	URWS	KRCH	KTB	PPKS
Sangat Setuju	13/18%	46/82%	48/86%	21/44%
Cukup Setuju	33/68%	7/14%	5/10%	18/29%
Sedikit Setuju	8/12%	1/2%	2/4%	15/25%
Tidak Setuju	1/2%	1/2%	—	1/2%
Total	55/100%	55/100%	55/100%	55/100%

Keterangan:

URWS : Utama Raya termasuk Wisata Syariah

KRCH : Ketersediaan Resto and Cafe Halal

KTB	: Ketersediaan Tempat Beribadah
PPKS	: Penerapan Pelayanan dengan Konsep Syariah

Dari tabel diatas dapat menunjukkan bahwa:

- a) 13 jumlah responden dengan persentase 18% yang sangat setuju mengenai Utama Raya termasuk wisata syariah, karena Utama Raya dalam pengelolaan wisatanya sesuai dengan prinsip syariat islam. Terdapat 33 responden dengan persentase 68% menyatakan cukup setuju mengenai Utama Raya termasuk wisata syariah. Selain itu ada 8 responden dengan persentase 12% sedikit setuju dengan Utama Raya termasuk wisata syariah, hal ini menunjukkan bahwa wisatawan kurang puas dengan pelayanannya yang sesuai prinsip syariat islam. Dan sisanya terdapat 1 responden dengan persentase 2% menyatakan tidak setuju mengenai Utama Raya termasuk wisata syariah Banyuglugur Situbondo.
- b) Makanan merupakan suatu hal yang dibutuhkan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, makanan halal tidak hanya dapat di lihat dengan kasat mata. Seperti yang sudah terdapat pada Q.S Al-Maidah: 3 “kehalalan makan dapat dilihat baik dari segi sifatnya, perolehannya dan pengolahannya.” Terdapat 46 jumlah responden dengan persentase 82% yang menyatakan sangat setuju dengan adanya ketersediaan resto and cafe halal, karena hal ini telah memenuhi kebutuhan para wisatawan di Utama Raya Banyuglugur Situbondo, sedangkan 7 responden dengan persentase 14% cukup setuju dengan ketersediaan resto and cafe halal yang ada di wisata Utama Raya Banyuglugur Situbondo. Selain itu 1 responden dengan persentase 2% yang menyatakan sedikit setuju dengan ketersediaan resto halal, responden sedikit menyetujui karena resto and cafe di Utama Raya menyediakan makanan halal yang memiliki kandungan nutrisi yang baik dan berguna untuk menjaga kesehatan tubuh. Sisanya terdapat 1 responden dengan persentase 2% yang tidak setuju dengan ketersediaan resto and cafe halal yang ada di wisata Utama Raya Banyuglugur Situbondo.
- c) Ketersediaan tempat ibadah seperti mushalla atau ruangan yang dikhususkan untuk shalat, yang dilengkapi dengan sajadah, mukenah, Al-Qur’an, dan kamar mandi (tempat wudhu). 48 responden dengan persentase 86% yang menyatakan sangat setuju dengan ketersediaan tempat ibadah dapat dijamin kebersihan dan kesucian tempatnya, mempermudah dan memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung di Utama Raya Banyuglugur Situbondo bagi wisatawan muslim. 5 responden dengan persentase 10% yang menyatakan cukup setuju dengan ketersediaan tempat ibadah yang sudah ada, selain itu 2 dari jumlah responden dengan persentase 4% yang menyatakan sedikit setuju dengan ketersediaan tempat ibadah di Utama Raya Banyuglugur Situbondo.
- d) Terdapat 21 responden dengan persentase 44% yang menyatakan sangat setuju dengan penerapan pelayanan konsep syariah tersebut. 1 responden dengan persentase 2% menyatakan tidak setuju dengan hal tersebut, dikarenakan wisatawan masih merasakan kebingungan mengenai bagaimana pelayanan dengan konsep syariah itu. Selanjutnya 18 responden dengan jumlah persentase 29% yang menyatakan cukup setuju dengan telah adanya pelayanan yang sesuai aturan-aturan dalam islam. Sisanya 15 responden dengan persentase 25% yang menyatakan sedikit setuju dengan penerapan pelayanan konsep syariah karena wisatawan masih belum melihat pelayanannya sesuai syariat islam.

KESIMPULAN

Wisatawan dan masyarakat setempat memiliki persepsi baik atau setuju terhadap adanya wisata syariah di Utama Raya. Masyarakat dan wisatawan bersikap positif terhadap adanya penerapan wisata syariah di Utama Raya. Dari data yang diolah dapat disimpulkan diantaranya : berdasarkan pengetahuan, sebanyak 24 responden dengan persentase 48% dari 55 responden yang memahami tentang wisatasyariah yang ada di Utama Raya, yang cukup paham dan yang tidak paham masing-masing 15 responden dari jumlah persentase 25%, dan 1 orang dengan persentase 2% yang sedikit tidak paham. Sedangkan berdasarkan persepsi masyarakat dapat disimpulkan bahwa: Pertama, terdapat 13 jumlah responden dengan persentase 18% yang menyatakan sangat setuju bahwa Utama Raya termasuk wisata syariah, 33 responden dengan jumlah persentase 68% menyatakan cukup setuju, dan ada 8 responden dengan persentase 12% sedikit setuju, dan sisanya terdapat 1 responden dengan persentase 2% menyatakan tidak setuju. Kedua, 43 jumlah responden dengan persentase 82% yang menyetujui adanya resto and cafe halal, dan 7 responden dengan persentase 14% menyatakan cukup setuju, sisanya masing-masing 1 responden dengan persentase 2% menyatakan sedikit setuju dan tidak setuju. Ketiga, dari 55 responden yang ada, 48 responden dengan jumlah persentase 86% menyatakan sangat setuju dengan ketersediaan tempat ibadah.

5 responden dengan persentase 10% yang menyatakan cukup setuju dengan ketersediaan tempat ibadah yang sudah

ada, selain itu 2 dari jumlah responden dengan persentase 4% yang menyatakan sedikit setuju. Keempat, Terdapat 21 responden dengan jumlah persentase 44% yang menyatakan sangat setuju dengan penerapan pelayanan konsep syariah tersebut. 1 responden dengan persentase 2% menyatakan tidak setuju. Selanjutnya 18 responden dengan persentase 29% yang menyatakan cukup setuju dan sisanya 15 responden dengan jumlah persentase 25% yang menyatakan sedikit setuju dengan penerapan pelayanan konsep syariah.

Pemerintah Indonesia melalui kementerian pariwisata telah menetapkan beberapa destinasi unggulan wisata syariah berdasarkan kesiapan infrastruktur, sumber daya manusia, serta budaya masyarakatnya. Namun pemahaman serta kesiapan masyarakat setempat terkait implementasi wisata syariah juga tidak boleh luput dari perhatian. Selain itu perlu juga dilihat pemahaman masyarakat terkait wisata syariah, Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia dapat menjadi destinasi wisata syariah yang menarik. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai wawasan, landasan dan gambaran terkait pemahaman tentang wisata syariah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah ikut membantu terselesainya penelitian ini dengan baik. Secara khusus, peneliti mengucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing dan masyarakat atau responden, yang telah membantu peneliti secara langsung maupun tidak langsung. Selanjutnya terima kasih kepada orang tua, saudara-saudara serta teman-teman yang telah memberikan support bagi terselesainya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Kusumastuti, Ahmad Mustamil Khoiron, T. A. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Semarang: Deepublish.
- Akmal, H., Mellina, T., Jamal, M., & Zarkasyi, H. F. (2020). Konsep Penjagaan Terhadap Harta Dalam Wisata Syariah. *Ijtihad : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 14(1), 1–20. <https://doi.org/10.21111/ijtihad.v14i1.4501>
- Ali, M. (2016). Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal. *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291–306. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>
- Anggarini, D. T. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid -19. *Jurnal Pariwisata*, 8(1), 22–31.
- Ansharullah, Natasha, H., & Indra, A. M. (2018). Pemberdayaan Pelaku Ekonomi Sektor Melalui Peningkatan Pemahaman Konsep Wisata Syariah. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(2), 224–236. <https://doi.org/10.21009/jpmm.002.2.05>
- Astrama, I. M., & Mahayasa, I. G. A. (2021). Kajian Strategi Pemasaran Obyek Wisata Gunung Kawi Tampaksiring Kabupaten Gianyar Ditinjau dari Persepsi Wisatawan. *Widya Manajemen*, 3(1), 39–56. <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v3i1.1150>
- Fadhila Rahma, T. I. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology (Fintech). *Jurnal At-Tawassuth*, 3(1), 642–661.
- Fawaid, A., & Khotimah, J. (2019). Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Wisata Syariah (Halal Tourism) Di Pulau Santen Kabupaten Banyuwangi. *Al-Banjari : Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Keislaman*, 16(1), 85–102. <https://doi.org/10.18592/al-banjari.v18i1.2532>
- Fitriana, R., & Putri, L. D. (2021). Bimbingan Teknis Program Chse Pada Pelaku Usaha Pariwisata Di Kota Bandar Lampung.

JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 5(1), 229–237.

Janti, I. S. (2020). Peran Omotenashi Dalam Meningkatkan Makanan Halal Di Jepang. *Sosiologi Reflektif*, 14(2),

389–405. Lestari, S., & Hardiyanti, N. (2019). Pengembangan Kota Wisata Syariah dengan Peningkatan

UMKM Syariah. *Jurnal*

Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship, 9(1), 61–84. <https://doi.org/10.30588/jmp.v9i1.437>

Listyana, R., & Hartono, Y. (2015). Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013). *Jurnal Agastya*, 5(1), 118–137. <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>

Masful, M. F. (2017). Pariwisata Syariah: Suatu Konsep Kepercayaan dan Nilai Budaya Lokal di Daerah Pedalaman Pilubang, Payakumbuh, Sumatera Barat. *Jurnal The Messenger*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v9i1.433>

Mustajab, M., Baharun, H., & Iltiqiyah, L. (2020). Manajemen Pembelajaran melalui Pendekatan BCCT dalam Meningkatkan Multiple intelligences Anak. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 5(2), 1368–1381. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v5i2.781>

Nurdin, N., Novia, N., Rahman, A., & Suhada, R. (2019). Potensi Industri Produk Makanan Halal Di Kota Palu. 1(1), 1–12.

Permadi, L. A., Darwini, S., Retnowati, W., Negara, I. K., & Septiani, E. (2018). Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Rencana Dikembangkannya Wisata Syariah (Halal Tourism) Di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 39–57. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v2i1.3275>

Pratiwi, A. E. (2016). Analisis Pasar Wisata Syariah Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata*, 14(1), 345–364.

Putra, R. S., & Adnan, M. F. (2021). Pengembangan Pantai Muaro Lasak Kota Padang Sebagai Ikon Parawisata. 5(1), 481–488.

Rachmad, T. H. (2017). Strategi branding wisata syariah pulau madura. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 1(2), 121–

141. Ramadhany, F., & Ridlwan, A. A. (2018). Implikasi Pariwisata Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan

Dan

Kesejahteraan Masyarakat. *Muslim Heritage*, 3(1), 147–164.

Ramdhani, H. (2019). Realitas Elit Politik Lokal dan Persepsi Masyarakat dalam Proses Pemekaran Daerah. *JPPUMA Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 7(2), 219–226. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v7i2.3014>

Risman, A., Wibhawa, B., & Fedryansyah, M. (2016). Kontribusi Pariwisata Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1–37). <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13622>

Rusdianto, H., & Ibrahim, C. (2016). Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Persepsi Masyarakat Sebagai Variabel Moderating Di Pati. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 43–61. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v4i1.1837>

Setiawan, B., & Fithrah, D. S. (2018). Kampanye Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik Dalam Membentuk Persepsi Masyarakat Bandung Gerakan Indonesia Diet Kantong Plastik Campaign In Order To Create Public Perception In Bandung. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 102–117.

Sobrowi, A., Safri, M., & Achmad, E. (2021). Analisis penerimaan retribusi obyek pariwisata di Kota Jambi.

- 10(1), 39–48. Suherlan, A. (2015). Persepsi Masyarakat Jakarta Terhadap Islamic Tourism. *The Journal of Tauhidinomics*, 1(1), 61–72.
- Susanti, N. I. (2018). Respon Masyarakat Terhadap Pantai Syariah Pulau Santen di Kelurahan Karangrejo Banyuwangi. *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 18–31.
- Utami, A. T. (2018). Efisiensi Pasar Bentuk Lemah Pada Pasar Modal Indonesia, Malaysia dan Korea Selatan Periode Krisis Ekonomi Global 2008. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 101. <https://doi.org/10.33603/jibm.v2i2.1476>
- Yuniningsih, T., Darmi, T., & Sulandari, S. (2019). Model Pentahelik Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Semarang. *Pariwisata*, 3(2), 84–93.

Conflict of Interest Statement: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright © tahun terbit nama belakang and nama belakang. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.