

Faktor-Faktor yang Menentukan Preferensi Wisatawan dalam Memilih Hotel Syariah di Kota Bandung

Factors That Determine Tourist Preference in Choosing Sharia Hotels in Bandung

¹Satrija Prajna Essa, ²Dewi Rahmi, ³Westi Riani

^{1,2,3}*Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

email: ¹essatrija@gmail.com, ²derahmi@gmail.com, ³westiriani@yahoo.com

Abstract. Currently a tourism industry is developing which is known as halal tourism. Halal tourism is a tourist destination that is in accordance with sharia aspects. One component of halal tourism is sharia hotels. Sharia hotels are now able to compete in the hotel business. The purpose of this study is to determine the factors that determine tourist preferences in choosing sharia hotels in the city of Bandung. The research method is a quantitative descriptive method with a likert scale tool. The sample used in this study was 70 samples. Each sample was taken randomly from various sharia hotels in the city of Bandung. Based on the results of the study, it can be concluded that there are only 4 factors that determine the personal preferences of choosing sharia hotels, there is religiosity, price, location and product. From all of the four factors which dominant is religion factor and location factor.

Keywords: Preferences, Sharia Hotels, Halal Tourism

Abstrak. Saat ini sedang berkembang suatu industri pariwisata yang dikenal dengan istilah wisata halal. Wisata halal yang merupakan destinasi wisata yang sesuai dengan aspek syariah. Salah satu komponen dari wisata halal adalah hotel syariah. Hotel syariah saat ini sudah dapat bersaing dalam bisnis perhotelan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang menentukan preferensi wisatawan dalam memilih hotel syariah di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan deskriptif kuantitatif dengan alat bantu skala likert. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 70 sampel. Masing-masing sampel diambil acak/random dari berbagai hotel syariah yang ada di Kota Bandung. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa hanya terdapat 4 faktor yang menentukan preferensi wisatawan dalam memilih hotel syariah yaitu religiusitas, harga, lokasi dan produk. Dari keempat faktor tersebut yang dominan adalah faktor religiusitas dan faktor lokasi.

Kata Kunci : Preferensi, Hotel Syariah, Wisata Halal

A. Pendahuluan

Kota Bandung merupakan Ibukota Provinsi Jawa Barat yang memiliki banyak keindahan alam dan hawa yang sejuk. Keindahan alam ini yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi Kota Bandung. Selain wisata alam, Kota Bandung pun memiliki wisata kuliner dan wisata belanja hingga Kota Bandung mendapatkan julukan “*Paris Van Java*”.

Pertumbuhan wisatawan domestik yang mengunjungi Kota Bandung tahun 2013 hingga tahun 2015 terus terjadi peningkatan (PPID, 2018). Ditahun 2013 sebanyak 5.564.724 orang mengunjungi Kota Bandung dan terus meningkat menjadi 6.061.094 di tahun 2015. Peningkatan jumlah wisatawan ini tidak sejalan dengan peningkatan jumlah wisatawan asing yang mengunjungi Kota Bandung. Ini terlihat dari jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Kota Bandung di tahun 2010 sebanyak 228.449 orang dan di tahun 2015 menjadi 183.932 orang saja, bahkan di tahun 2013 menjadi titik terendah jumlah wisatawan asing yang datang ke Kota Bandung di periode 2010-2015 yaitu hanya sebanyak 176.432 orang saja.

Saat ini sedang terdapat sebuah tren yang berkembang di berbagai negara yaitu wisata halal. Wisata halal merupakan sebuah istilah untuk destinasi wisata dengan menawarkan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan syariat Islam. Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki mayoritas penduduk muslim, maka pengimplementasian wisata halal ini dapat diterapkan di Kota Bandung. Pemerintah Kota Bandung melihat wisata halal ini dapat menjadi sebuah daya tarik untuk mendatangkan wisatawan mancanegara maupun domestik. Terlebih wisatawan yang

datang ke Bandung mayoritas adalah wisatawan lokal yang memang beragama muslim. Terdapat empat aspek yang dapat menunjang wisata halal (Chookaew: 2015) yaitu lokasi, transportasi, konsumsi dan hotel.

Kehadiran hotel syariah memberikan alternatif lain bagi wisatawan untuk menginap. Wisatawan yang mengunjungi Kota Bandung yang didominasi oleh wisatawan domestik yang mayoritas beragama muslim merupakan potensi pasar hotel syariah. Namun saat ini di Kota Bandung hanya terdapat 5 hotel syariah yaitu Orange Home Syariah, Narapati Indah Hotel Syariah, Noor Hotel Syariah, Ruby Hotel Syariah, dan Cinnamon Hotel Boutique Syariah.

Pada tahun 2017 okupansi hunian kamar hotel syariah rata-rata setiap bulannya mencapai 60%, sedangkan hotel konvensional rata-rata memiliki tingkat okupansi tidak lebih dari 40%. Pada tahun sebelumnya okupansi hunian kamar hotel syariah hanya 30-40% saja dan untuk kamar hotel konvensional tingkat okupansinya adalah sebesar 55-65% (Pikiran Rakyat, 2017). Hal ini menunjukkan terjadi peningkatan preferensi masyarakat dalam memilih hotel syariah. Dalam upaya pengembangan industri perhotelan yang berprinsip syariah, maka perlu adanya kajian mengenai preferensi wisatawan muslim terhadap hotel syariah.

Berdasarkan latarbelakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “faktor apa saja yang menentukan preferensi wisatawan dalam memilih hotel syariah di Kota Bandung?”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang menentukan preferensi wisatawan dalam memilih hotel syariah di Kota Bandung.

Penelitian ini berjenis deskriptif dengan metode penelitian kuantitatif.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dari jumlah kamar hotel syariah di Kota Bandung sebanyak 220 kamar yang kemudian diperoleh sampel sebanyak 70 sampel dengan bantuan rumus slovin. Jawaban yang dihimpun dari responden kemudian dianalisis dengan menggunakan alat bantu skala likert.

B. Landasan Teori

Preferensi merupakan rasa kesukaan, pilihan, atau suatu hal yang disukai konsumen. Serangkaian pilihan atau *opportunities* adalah serangkaian pilihan yang didefinisikan dan dibatasi oleh batasan atau kendala anggaran (Case dan Fair, 2012). Terdapat tiga pendekatan untuk menjelaskan preferensi konsumen yaitu, pendekatan ordinal, pendekatan kardinal, serta pendekatan atribut. Pendekatan ordinal adalah utilitas yang diukur berdasarkan *ranking* atau *ordo*. Pendekatan ini muncul karena adanya keterbatasan-keterbatasan yang ada pada pendekatan kardinal. Dalam teori utilitas ordinal digunakan pendekatan utilitas sama (*indifference curve*) dan garis anggaran (*budget line*). Pendekatan selanjutnya adalah pendekatan kardinal. Pendekatan kardinal mengasumsikan bahwa manfaat atau kenikmatan yang diperoleh oleh konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif atau dapat diukur melalui angka-angka (Miller dan Meiners, 2010).

Pendekatan atribut adalah sebuah pendekatan seorang konsumen dalam memilih barang dan jasa akan memperhatikan karakteristik atau atribut yang dimiliki tanpa memperhatikan kepuasan yang akan didapatkan. Sebagai contoh seorang membeli mobil tidak akan memperhatikan rakitan didalam mobil seperti kondisi baut, sambungan rangka dan lainnya, tetapi konsumen akan memilih mobil karena fungsi sebagai alat transportasi, prestise, keamanan,

dan sebagainya.

Menurut Kotler dan Keller salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu (2016:160): Faktor sosial. Faktor sosial merupakan faktor yang berkaitan dengan kesatuan sosial yang menjadi tempat individu berinteraksi satu sama lain karena adanya hubungan antara mereka. Berikut adalah beberapa faktor sosial yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen

Ulfa (2018) menjelaskan bahwa preferensi masyarakat dalam memilih hotel syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pertama faktor lokasi. Faktor lokasi merupakan faktor yang dapat menentukan preferensi seseorang dalam memilih hotel syariah karena lokasi hotel tersebut yang strategis, dekat dengan tempat penting seperti masjid dan objek wisata, serta mudah dijangkau oleh kendaraan baik pribadi maupun kendaraan umum. Faktor kedua adalah faktor harga. Harga merupakan nilai atas barang dan jasa yang harus dibayarkan konsumen. Pada hotel harga merupakan tarif kamar hotel yang harus dibayarkan oleh tamu hotel untuk menikmati segala fasilitas dan pelayanan yang ada di hotel. Dalam memilih hotel syariah, konsumen akan memperhatikan harga yang kompetitif serta banyaknya pelayanan dan fasilitas yang akan didapatkan oleh konsumen tersebut

Faktor selanjutnya adalah Faktor produk. Faktor ini merupakan sekumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata didalamnya termasuk tarif, kemasan, prestise serta pelayanan yang diterima oleh konsumen yang dapat memuaskan konsumen tersebut. Produk yang dimiliki pihak hotel syariah diantaranya, fasilitas, pelayanan serta fasilitas penunjang ibadah dan kehalalan makanan. Faktor internal dalam pemilihan hotel syariah ini didasari oleh faktor religiusitas. Faktor

ini menjelaskan preferensi masyarakat dalam memilih hotel syariah karena hotel syariah yang sesuai dengan syariat, mendukung ibadah tamu hotel, serta terhindar dari hal-hal yang diharamkan. Perilaku tersebut sesuai dengan *maqashid syariah* manusia untuk menjaga agama, jiwa, akal, harta dan keturunannya. Menurut Al-Syatibi (Sahroni,2015) masalah dapat diwujudkan salah satunya dengan *maqashid syariah* yang merupakan tujuan tertinggi syariah yang diberikan oleh pemberi hukum.

Maka Berdasarkan teori-teori diatas, dalam penelitian ini faktor penentu preferensi secara umum dibagi atas dua yaitu internal dan eksternal. Preferensi internal adalah preferensi yang berasal dari dalam konsumen yang dipengaruhi oleh faktor sosial dan religiusitas. Faktor yang kedua adalah faktor eksternal. Faktor ini adalah faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan dalam memilih barang dan jasa melihat dari atribut yang ada pada barang dan jasa tersebut. Pada penelitian ini terdapat 3 indikator yaitu lokasi, harga, dan produk.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Karakteristik responden yang berhasil dihimpun adalah: berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh laki-laki, berdasarkan usia didominasi pada kelompok usia 22-30 tahun sebanyak 31 responden, berdasarkan pekerjaan didominasi oleh pegawai swasta sebanyak 26 orang, pada pendidikan terakhir didominasi oleh S1 dengan 39 orang responden, berdasarkan pendapatan didominasi pada kelompok pendapatan Rp. 3.000.001 - Rp. 5. 000.000. Rata-rata responden dalam penelitian ini dalam melakukan kunjungan ke Bandung dalam setahun sebanyak 3-6 kali dengan asal kota terbanyak berasal dari Tangerang. Mayoritas tujuan responden dalam mengunjungi Kota Bandung adalah untuk

melakukan wisata. Faktor-faktor yang menentukan preferensi wisatawan dalam memilih hotel syariah di Kota Bandung

Tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat 5 faktor yang menentukan preferensi wisatawan dalam memilih hotel syariah di Kota Bandung. Faktor-faktor tersebut adalah:

1. Faktor Religiusitas

Faktor religiusitas memperoleh rata-rata skors 286,6 dengan skala interpretasi setuju. Faktor religiusitas dipilih karena faktor ini mengarah kepada tindakan seseorang dalam melakukan dan menjalankan ibadah. Hotel syariah ini dapat memfasilitasi seseorang dalam hal menjalankan ibadah, amalan syariah, dan dapat terhindar dari hal yang diharamkan karena hotel syariah ini sudah menjamin makanan yang disediakan halal, tidak ada fasilitas hiburan yang mengarah kepada pornoaksi, pornografi, dan tidak asusila serta hal lainnya.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial. Faktor ini hanya mampu mendapatkan rata-rata skor 226,1 dengan skala interpretasi cukup. Hal ini menunjukan bahwa faktor sosial belum dapat menentukan preferensi wisatawan dalam memilih hotel syariah di Kota Bandung. Faktor sosial sangat erat keterkaitannya dengan kelompok/teman, serta keluarga. Kedua aspek ini belum mampu mempengaruhi preferensi wisatawan untuk memilih hotel syariah.

3. Faktor Lokasi

Faktor lokasi ini menjadi hal utama yang dipilih wisatawan karena lokasi hotel yang dekat dengan masjid. Beberapa hotel memiliki lokasi yang dekat dengan masjid besar, Seperti Noor Hotel yang dekat dengan Mesjid Istiqomah. Hal ini dapat menunjang seseorang dalam menjalankan ibadah. Terlebih kesadaran beragama pada masyarakat saat ini sudah meningkat. Mayoritas

hotel syariah memiliki lokasi yang strategis seperti dekat dengan bandara, stasiun, gerbang tol, dan tempat wisata sehingga banyak wisatawan memilih hotel syariah. Faktor ini memperoleh rata-rata skor sebesar 296,7 dengan skala interpretasi sangat setuju.

4. Faktor Harga

Tabel 1 Faktor yang Menentukan Preferensi Wisatawan dalam Memilih Hotel Syariah di Kota Bandung

Faktor	Total Skors	Rata-Rata Skor	Skala Interpretasi
Religiusitas	1433	286,6	S
Sosial	3392	226,1	C
Lokasi	890	296,7	SS
Harga	1429	285,8	S
Produk	8638	287,9	S

Sumber: Hasil survei dan pengolahan, 2018

Faktor harga memperoleh rata-rata skor sebesar 285,8 dengan skala interpretasi setuju. Terdapat dua aspek yang mendapatkan skala intrepetasi sangat setuju, kedua aspek tersebut adalah harga yang ditawarkan pihak hotel sesuai dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh pihak hotel. Kepuasan terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan ini sesuai dengan tarif hotel yang harus tamu hotel bayarkan. Beberapa tamu hotel berpendapat bahwa memang harga yang ditawarkan oleh hotel syariah sedikit lebih mahal dibandingkan dengan hotel lainnya, namun fasilitas yang dimiliki hotel syariah jauh lebih banyak dibandingkan dengan hotel konvensional seperti memperdengarkan suara adzan, dan tidak menyediakan fasilitas yang mengarah kepada tindakan asusila. Hal tersebut memberikan suasana baru yang tidak akan didapatkan pada hotel umumnya sehingga para tamu hotel ini rela untuk membayar lebih mahal untuk mendapatkan tambahan kepuasan atas pelayanan dan fasilitas yang diberikan

pihak hotel.

5. Faktor Produk

Dalam faktor produk ini terdapat berbagai macam indikator, salah satu indikatornya adalah hotel syariah memiliki fasilitas penunjang ibadah yang menjadi daya tarik utama. Pihak hotel yang tidak menyediakan fasilitas

hiburan yang mengarah pada pornoaksi, pornografi, dan tindakan sosial menjadi indikator utama yang mentukan responden. Hal ini dikarenakan wisatawan ingin mendapatkan kenyamanan dan menjaga keluarganya dari hal yang diharamkan. Faktor ini memperoleh rata-rata skor sebesar 287,9 dengan skala interpretasi setuju.

D. Kesimpulan

1. Pada faktor internal terdapat dua faktor yang diteliti yaitu religiusitas dan sosial. Faktor religiusitas merupakan faktor yang menentukan preferensi wisatawan dalam memilih hotel syariah terutama pada aspek keinginan untuk terhindar dari hal yang diharamkan yang memperoleh nilai tertinggi dalam faktor ini. Faktor lainnya yaitu faktor sosial dalam penelitian ini belum dapat menentukan preferensi masyarakat dalam memilih hotel syariah karena mayoritas nilai pada faktor ini memperoleh

skala yang cukup.

2. Pada faktor eksternal terdapat 3 faktor yang ada dapat menentukan preferensi wisatawan dalam memilih hotel syariah yaitu lokasi, harga, dan produk. Faktor lokasi menjadi faktor yang dominan dibandingkan faktor lain karena seluruh aspek memperoleh skala sangat setuju terutama pada sisi lokasi hotel yang mudah dijangkau dengan kendaraan umum/pribadi.

E. Saran

1. Bagi Pengelola Hotel
Pengelola hotel diharapkan dapat meningkatkan fasilitas dan pelayanan yang dimiliki terutama pada variasi makanan. Beberapa responden mengeluhkan terkait kurangnya variasi makanan sehingga mereka harus membeli makanan dari luar. Pihak hotel pun dapat membuat suatu program yang dapat memberikan kesan yang baik agar tamu hotel yang telah berkunjung dapat merekomendasikan kepada keluarga dan temannya semisal dengan peningkatan pelayanan maupun penambahan fasilitas yang ada.

Pihak hotel pun dapat memberikan promo-promo agar konsumen dapat lebih tertarik dalam memilih hotel syariah ini. Dalam membuat hotel diharapkan pihak hotel dapat memperhatikan faktor lokasi karena lokasi yang strategis masih sangat menentukan preferensi masyarakat tanpa melihat jenis hotel tersebut.

2. Bagi Pemerintah

Bagi pemerintah diharapkan kedepannya lebih dipermudah dalam pembuatan izin hotel syariah ini. Melihat tingginya minat wisatawan terhadap hotel syariah ini dapat menjadi sebuah keuntungan bagi pemerintah Kota Bandung dalam pemasukan asli

daerah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap bagi peneliti selanjutnya untuk lebih mengembangkan penelitian ini karena penulis masih memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian ini. Semoga untuk penulis selanjutnya dapat menemukan fenomena baru dalam objek penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Amaliah, Ima dan Westi Riani. 2013. *Strategi Pengembangan Unisba Berdasarkan Preferensi Masyarakat Kota Bandung*. Jurnal Kajian Ekonomi, Edisi 9, Hal 01-60.
- Budiman, Asep. 2017. *Ketua PHRI: Hotel di Bandung Sudah Terlalu Banyak, Picu Persaingan Tidak Sehat*. <https://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/2017/06/30/ketua-phri-hotel-di-bandung-sudah-terlalu-banyak-picu-persaingan-tidak-sehat>. diakses pada 25 desember 2018.
- Case, Karl E. dan Ray. C Fair. 2007. *Prinsip-Prinsip Ekonomi*, Edisi Kedelapan Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Chookaew, S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya, S. 2015. *Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in. Journal of Economics, Business and Management*, III(7), 277-279.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran, Edisi 15 Jilid 1 dan 2*. Alih Bahasa : Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Miller, R.L. dan Meiners, R. 2010. *Teori Mikroekonomi Intermediate*. penerjemah Haris Munandar. Jakarta:

PT. Raja GrafindoPersada.

Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi Kota Bandung. 2015. *Rekapitulasi Data Kunjungan Wisatawan yang Datang Ke Kota Bandung Tahun 2010-2015.*

[https://ppid.bandung.go.id/knowledgebase/data-kunjungan-wisatawan-yang-datang-ke-kota-bandung-tahun-2010-2015.](https://ppid.bandung.go.id/knowledgebase/data-kunjungan-wisatawan-yang-datang-ke-kota-bandung-tahun-2010-2015)

Diakses pada 1 Januari 2019.

Rabbina, Ulfa. 2018. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Memilih Hotel Syariah (studi kasus di Kota Malang).* Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Volume 6 (2).

Sahroni, Oni, Karim adiwarmarman. 2015. *Maqasid Bisnis dan Keuangan Islam, Sintesis Fiqih dan Ekonomi.* Jakarta : Rajawali Pers.