

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Wisata kuliner halal telah berkembang menjadi salah satu segmen wisata yang signifikan di seluruh dunia, seiring dengan meningkatnya permintaan akan pengalaman kuliner yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam (Halim, 2021). Konsep halal, yang mencakup aspek makanan yang diperbolehkan menurut hukum Islam, telah menarik perhatian wisatawan dari berbagai belahan dunia yang mencari pengalaman kuliner yang sesuai dengan nilai-nilai religius mereka (Ali & Khan, 2020). Dalam konteks global, destinasi yang menawarkan wisata kuliner halal telah mengalami pertumbuhan pesat, mencerminkan peningkatan kesadaran dan minat terhadap makanan yang sesuai syariah.

Di Indonesia, yang merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, wisata kuliner halal memiliki potensi besar untuk berkembang dan menarik wisatawan baik domestik maupun internasional (Widjaja & Fadli, 2022). Indonesia telah menjadi salah satu destinasi utama untuk wisata kuliner halal, dengan berbagai daerah yang menawarkan pengalaman kuliner yang tidak hanya halal tetapi juga kaya akan rasa dan tradisi. Penelitian oleh Rahardjo (2021) menunjukkan bahwa Indonesia memiliki berbagai destinasi kuliner yang dikenal secara internasional, termasuk kota-kota seperti Solo yang memiliki keunikan kuliner halal lokal.

Solo, sebagai salah satu kota di Jawa Tengah, dikenal dengan kekayaan budaya dan kuliner khasnya yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Kota

ini menawarkan berbagai pilihan kuliner yang tidak hanya halal tetapi juga mencerminkan kekayaan tradisi dan keaslian lokal (Hadi, 2022). Wisata kuliner halal di Solo telah menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang mencari pengalaman autentik dan sesuai dengan nilai-nilai religius mereka. Namun, meskipun Solo memiliki potensi besar dalam sektor ini, masih terdapat kekurangan dalam penelitian yang mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan wisatawan terhadap destinasi kuliner halal.

Penelitian ini adalah pengulangan dari artikel Yuliana dkk., (2023). Artikel ini membahas peran mediasi keaslian dalam menghubungkan citra destinasi dengan tingkat kesetiaan destinasi. Citra destinasi dan keaslian destinasi merupakan faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Apabila wisatawan mempunyai persepsi yang positif terhadap citra suatu destinasi, maka pada masa yang akan datang wisatawan akan mengunjunginya kembali. Artinya, citra suatu destinasi wisata yang baik akan memberikan hasil positif kepada pengunjung berupa loyalitas wisatawan.

Riset tentang keaslian destinasi, citra destinasi, dan kesetiaan destinasi adalah salah satu topik menarik untuk diteliti karena berbagai penelitian telah menunjukkan hasil yang berbeda-beda (Sukaris dkk., 2020; Fonseca dkk., 2021; Satriawan dkk., 2022; Kanwel dkk., 2019; Valek, N. S., & Williams, R. B. 2018; Lages dkk., 2018; Marso & Gunawan, S. 2018; Zulvianti dkk., 2022; Tasci dkk., 2020; Chua dkk., 2019; Deb, M. 2021; Johnson dkk., 2017; Wang dkk., 2021).

Dalam penelitian Sukaris dkk., (2020) menyatakan citra destinasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kesetiaan wisatawan. Penelitian

menunjukkan bahwa citra destinasi secara langsung dan positif memengaruhi kesetiaan wisatawan. Dengan kata lain, semakin baik citra destinasi di mata wisatawan, semakin tinggi tingkat kesetiaan mereka terhadap destinasi tersebut.

Fonseca dkk., (2021) menyatakan citra destinasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keaslian destinasi. Ini berarti semakin besar citra destinasi suatu situs wisata, semakin besar keaslian destinasi bagi pengunjung. Selain itu, studi ini menemukan bahwa keaslian destinasi secara signifikan memengaruhi kesetiaan destinasi. Kesesuaian individu dengan keaslian destinasi membantu mengembangkan reputasi yang diinginkan dalam kelompok sosial mereka. Kesesuaian wisatawan dengan keaslian destinasi tertentu berdampak positif pada kesetiaan mereka, seperti niat untuk berkunjung kembali dan memberikan rekomendasi.

Satriawan dkk., (2022) penelitian ini menganalisis pengaruh citra destinasi dan keaslian terhadap loyalitas destinasi. Riset ini juga mengeksplorasi urgensi variabel mediasi keaslian destinasi untuk membentuk hubungan antara citra destinasi dan loyalitas destinasi. Loyalitas destinasi menjadi salah satu indikator keberhasilan pengembangan suatu destinasi pariwisata.

Kanwel dkk., (2019) menyatakan bahwa variabel citra destinasi terhadap kesetiaan destinasi menunjukkan hubungan yang positif. Variabel kesetiaan destinasi wisata dapat terlihat dalam niat wisatawan yang kembali berkunjung ke destinasi wisata. Salah satu pertimbangan bagi wisatawan untuk kembali ke tempat wisata adalah keaslian destinasi dan citra destinasi.

Valek, N. S., & Williams, R. B. (2018) menyatakan bahwa peneliti mengeksplorasi fenomena citra destinasi dari dua perspektif berbeda: wisatawan dan warga lokal di Abu Dhabi. Dengan fokus pada dua kelompok ini, penelitian bertujuan untuk memahami perbedaan persepsi terhadap citra destinasi dan bagaimana hal tersebut dapat memengaruhi industri pariwisata di kawasan tersebut.

Lages dkk., (2018) menyatakan bahwa variabel citra destinasi-kepuasan global-kesetiaan terhadap destinasi menunjukkan hubungan yang positif. Sebagai contoh wisatawan mungkin mengubah destinasi mereka setelah mengunjungi Taman Nasional Gunung Leuser di Indonesia; namun, dengan tingkat kesesuaian yang tinggi terhadap keaslian atraksi alam, wisatawan mungkin akan berkunjung kembali dan membentuk kesetiaan terhadap destinasi. Hanya kongruensi diri yang tinggi dapat membantu wisatawan mempertahankan dan meningkatkan diri mereka secara positif.

Marso & Gunawan, S. (2018) menyatakan bahwa citra destinasi terhadap kesetiaan destinasi menunjukkan hubungan yang positif. Dengan menerapkan fourstage loyalty model, riset ini menjelaskan secara mendalam yang berkaitan dengan hubungan antara citra destinasi dan kesetiaan pengunjung. Temuan ini dapat menjadi landasan bagi pengelola destinasi untuk merancang strategi pemasaran dan pengembangan destinasi yang lebih efektif di Kota Tarakan, Indonesia.

Zulvianti dkk., (2022) menyatakan bahwa variabel nilai lingkungan yang dirasakan, kinerja destinasi ramah-halal, pembangunan pariwisata berkelanjutan, citra destinasi halal menunjukkan hubungan yang positif

terhadap variabel kepuasan wisatawan. Sedangkan variabel pengembangan pariwisata berkelanjutan memediasi efek variabel kinerja destinasi ramah-halal terhadap variabel kepuasan wisatawan menunjukkan hasil yang negatif.

Tasci dkk., (2020) menyatakan bahwa citra tempat pariwisata destinasi, representasi pengetahuan, perasaan, dan persepsi bagian-bagian dari destinasi berpengaruh signifikan terhadap pemikiran, pendapat, perasaan, visualisasi, dan niat terhadap destinasi di masa depan.

Chua dkk., (2019) menyatakan bahwa aktivitas konsumsi sangat terkait dengan konsep diri; semakin cocok citra merek dengan pelanggan, semakin mereka akan menyukai produk tersebut.

Deb, M. (2021) menyatakan bahwa setelah dilakukan penelitian terdapat keterkaitan yang signifikan antara posisi destinasi warisan dengan tingkat kesetiaan pengunjung. Artikel menjelaskan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan wisatawan terhadap destinasi warisan.

Johnson dkk., (2017) telah menyoroti pentingnya citra destinasi dalam mempengaruhi perilaku pengunjung. Namun, belum ditemukan penelitian yang secara khusus memperhatikan bagaimana keaslian, terutama dalam konteks kuliner Halal, dapat memediasi hubungan ini di destinasi seperti Solo. Oleh sebab itu, riset ini bertujuan untuk mencari celah pengetahuan ini dengan memberikan fokus pada keaslian sebagai faktor mediasi yang mungkin memainkan peran kunci dalam dinamika antara citra destinasi dan kesetiaan pengunjung.

Wang dkk., (2021) menjelaskan tentang keaslian berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung, sehingga pada gilirannya

memengaruhi kesetiaan mereka terhadap destinasi. Namun, penelitian ini belum mempertimbangkan khusus aspek keaslian dalam konteks wisata kuliner Halal. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya melengkapi literatur dengan mengeksplorasi urgensi mediasi keaslian untuk membentuk hubungan antara citra destinasi dan kesetiaan pengunjung, terutama di destinasi wisata kuliner Halal di Solo.

Adanya beberapa penelitian diatas yang membahas secara mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kesetiaan pengunjung, maka tujuan dari riset ini diharapkan dapat menjelaskan kontribusi yang berarti bagi pengembangan kebijakan pariwisata, manajemen destinasi, dan strategi pemasaran. Dengan demikian, destinasi ini dapat lebih efektif memposisikan dirinya dalam pasar pariwisata yang semakin kompleks dan kompetitif.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap keaslian destinasi?
2. Apakah keaslian destinasi berpengaruh terhadap kesetiaan destinasi?
3. Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap kesetiaan destinasi?
4. Bagaimana keterkaitan antar variabel citra destinasi, keaslian destinasi dan kesetiaan destinasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan diatas maka tujuan penelitian yang diharapkan, sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap keaslian destinasi.

2. Menganalisis pengaruh keaslian destinasi terhadap kesetiaan destinasi.
3. Menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap kesetiaan destinasi.
4. Menganalisis hubungan keterkaitan variabel (citra destinasi, keaslian destinasi, dan kesetiaan destinasi).

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Pertama memberikan kontribusi bagi ilmu pariwisata, khususnya dalam pengembangan wisata kuliner di area Soloraya; Kedua membangun konsep-konsep baru untuk mewujudkan pembangunan pariwisata berkelanjutan yang berbasis potensi destinasi kuliner.

2. Manfaat Praktis

Bagi pengunjung destinasi yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak pengunjung, yang dapat digunakan sebagai masukan atau dasar minat wisatawan yang berkaitan dengan destinasi kuliner; Bagi peneliti dan akademik yaitu penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya, yang berminat untuk memperdalam penelitian terkait destinasi wisata kuliner.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan tesis dimaksudkan untuk mempermudah pembaca memahami alur penulisan tesis ini. Secara umum penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat uraian mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tesis.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat uraian mengenai teori-teori yang menjadi dasar analisis penelitian diantaranya landasan teori, penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat uraian mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, desain pengambilan sampel, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mencakup deskripsi data, hasil analisis data, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.