

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah salah satu negara yang sebagian besar berpenduduk muslim dan terbentang luas alam yang indah serta budaya yang tak kalah menarik tentu akan menjadi ikon wisata dunia baru apabila industri pariwisata dikelola dengan baik. Memajukan pariwisata Indonesia dapat ditempuh dengan salah satu caranya menempatkannya dalam bingkai Syari'ah Islam. Pariwisata Syari'ah bukan hanya wisata religi saja seperti tempat-tempat ibadah, makam para wali, maupun peninggalan sejarah, melainkan mencakup hal lain yang lebih luas dengan melibatkan banyak industri di dalamnya seperti, restoran atau usaha penyedia makan dan minum, spa, sauna atau *massage*, perjalanan wisata syari'ah serta penginapan atau hotel syari'ah. Hal ini telah menandakan bahwa sistem ekonomi syari'ah telah berkembang cukup luas dari yang awalnya hanya meliputi perdagangan produk halal, berkembang ke industri keuangan dan sekarang berkembang ke *lifestyle* yang sesuai syari'ah yang dapat berupa wisata, hotel atau penginapan, tempat rekreasi, dan perawatan rumah sakit. Juga termasuk sektor logistik, IT, lembaga sertifikasi dan standarisasi sudah mulai mengakomodir *Sharia Compliance*.¹ Produk halal yang dibayangkan hanya produk makanan, minuman, obat-obat dan kosmetika yang tidak mengandung alkohol atau bahan kimia yang mengandung usur babi, darah dan bangkai. Namun

¹ Riyanto Sofyan, "*Prospek Bisnis Pariwisata Syari'ah*", (Jakarta: Republika, 2012), hlm, 5.

sekarang telah terjadi evolusi dalam industri halal hingga ke produk keuangan (seperti perbankan, asuransi dan lain-lain) hingga ke produk *lifestyle* (travel, *hospital*, reaksi dan perawatan kesehatan). Sektor Ekonomi Islam yang telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam produk *lifestyle* disektor pariwisata adalah pariwisata syari'ah.²

Perkembangan wisata kini mulai merambah ke daerah-daerah yang ada di Indonesia. Perkembangan wisata ini merupakan suatu yang menggembirakan bagi warga Indonesia dan pemerintah. Sebab, semakin berkembangnya sektor wisata yang ada di daerah-daerah, maka semakin cepat pula pertumbuhan perekonomian yang ada pada suatu daerah tersebut. Wisata Syari'ah merupakan salah satu trend baru dalam dunia pariwisata. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anwar Basalamah bahwa pangsa pasar muslim merupakan pasar yang sangat besar, khususnya di pasar ASEAN dengan kependudukan muslim terbanyak saat ini. Oleh karena itu, tidak asing bagi kita untuk menemui beberapa perusahaan dunia yang telah mengambil kesempatan dari konsep syari'ah itu sendiri dalam bisnis mereka. Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula memberi pengertian bahwa bisnis syari'ah adalah bisnis yang santun, bisnis yang penuh kebersamaan dan penghormatan atas hak masing-masing. Pengertian yang hari lalu cenderung normatif dan terkesan jauh dari kenyataan bisnis, kini dapat dilihat dan dipraktikkan dan akan menjadi trend bisnis masa depan.³

Penerapan wisata syari'ah kini mulai dikembangkan, hal ini dapat kita lihat

² Ade Ela Pratiwi, "Analisis Pasar Wisata Syari'ah Di Kota Yogyakarta", Media Wisata, XIV, Mei 2016, hlm, 1.

³ Anwar Basalamah, "Hadirnya Kemasan Syari'ah Dalam Bisnis Perhotelan Ditanah Air", Binus Business Review, II, November 2011, hlm, 764.

dari banyaknya tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia menggunakan prinsip syari'ah, baik itu dimulai dengan wisatawananya, biro perjalanan, pengusaha pariwisata, pemadu wisata, terapis dan hotel.⁴ Dalam hal akomodasinya pun juga dikenal beberapa usaha serupa dengan hotel yang tujuannya sebagai tempat peristirahatan atau penginapan seperti, motel, hotel dan sejenisnya.

Wisata Syari'ah saat ini sedang ramai diperbincangkan hal ini berpengaruh pada hotel yang berbasis syari'ah. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ismayanti bahwa perkembangan hotel berbasis syari'ah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan karena berkembangnya pola pikir masyarakat tentang prinsip syari'ah, dengan salah satu kelebihanannya adalah memberikan rasa aman. Cakupan bisnis Hotel Syari'ah tidak hanya terbatas kepada komunitas muslim saja, melainkan diperuntukkan bagi masyarakat umum lainnya. Menurut Steadmon & Kasavana, bahwa hotel memiliki tujuan utama sebagai penyedia jasa akomodasi bagi publik yang dilengkapi fasilitas-fasilitas penunjang lainnya seperti: restoran, pelayanan kamar, dan lain sebagainya.⁵ Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung menyebutkan terdapat 345 Hotel Konvensional dan Hotel Syari'ah 150 di kota Bandung.⁶ Perbandingan ini membuat konsumen merasa kesulitan untuk memilih Hotel Syari'ah yang akan digunakan dan jumlah perbandingan diatas menunjukkan persentase

⁴ Ryan Pradesyah, "Analisis Penerapan Fatwa MUI Wisata Halal", Agama dan Pendidikan Islam, Vol. IV, September 2018, hlm, 335.

⁵ Ismayanti, "Analisis Pengelolaan Hotel Al-badar Syariah di Kota Makassar", Laa Maisyir, Vol. IV, Juni 2017, hlm, 21.

⁶ "Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung" di Publikasikan dalam <http://bandungkota.bps.go.id> diakses pada tanggal 18 Maret 2020.

Hotel Syari'ah lebih rendah dari pada Hotel Konvensional, sehingga hal ini membuat persaingan Hotel Syari'ah dan non Syari'ah menjadi semakin ketat. Berikut data hasil wawancara dengan pemilik hotel mengenai jumlah kunjungan dari Hotel Syari'ah dan Hotel Konvensional pada bulan Juli hingga bulan Desember 2019:

Nama Hotel / Bulan	Syari'ah (Zatarana)	Konvensional (Doufa)
Juli	110 Orang	274 Orang
Agustus	65 Orang	145 Orang
September	94 Orang	160 Orang
Oktober	97 Orang	165 Orang
November	105 Orang	250 Orang
Desember	120 Orang	267 Orang
Total Pengunjung	591 Orang	1.261 Orang

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Pada Bulan Juli-Desember Tahun 2019 di Hotel Syari'ah Zatarana dan Hotel konvensional Doufa⁷

● Berdasarkan tabel diatas, jumlah total pengunjung dari bulan Juli hingga bulan Desember pada hotel syari'ah sebanyak 591 pengunjung. Jika dibandingkan dengan data dari hotel konvesional terdapat 1.261 pengunjung. Dimana hotel syari'ah masih kurang diminati padahal fenomena yang terjadi sekarang trend hotel syari'ah sedang diminati oleh konsumen namun terlihat dari minat pengunjung diatas konsumen sebagian besar masih menggunakan hotel konvesional.

⁷ Wawancara dengan Yani Pemilik Hotel Syari'ah Zatarana dan Budi Hotel Doufa Konvensional, di Bandung tanggal 9 Maret 2020.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian yaitu: **“ANALISIS PRIORITAS MINAT KONSUMEN DALAM MEMILIH HOTEL SYARI’AH DI KOTA BANDUNG DENGAN MENGGUNAKAN METODE ANALYTIC HIERARCHY PROCESS.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu, sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis prioritas minat konsumen dalam memilih Hotel Syari’ah di kota Bandung?
2. Bagaimana analisis prioritas Hotel Syari’ah di Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui prioritas minat konsumen dalam memilih Hotel Syari’ah.
2. Untuk menganalisis prioritas terhadap Hotel Syari’ah di Kota Bandung.

D. Manfaat Penelitian

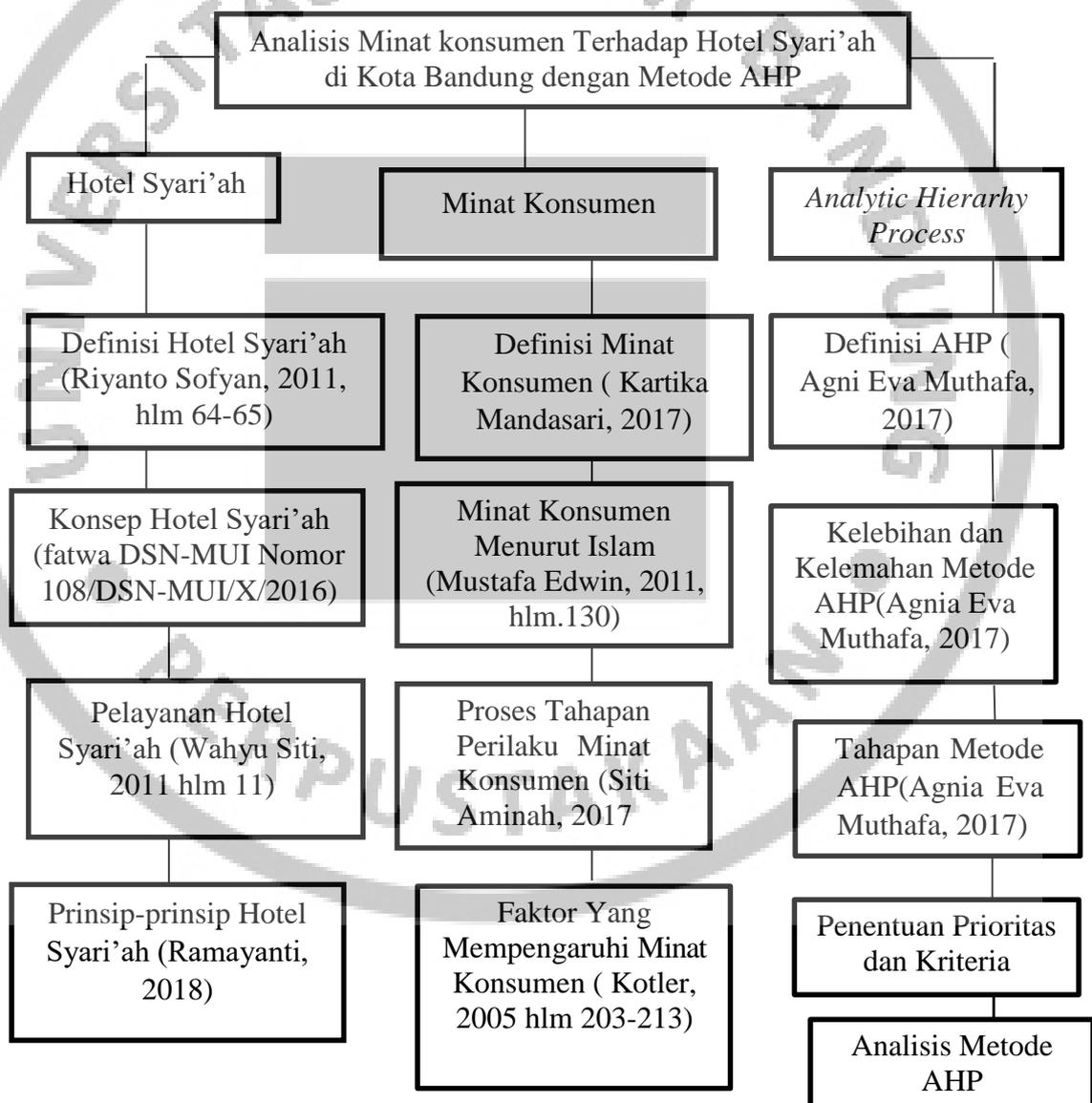
1. Kegunaan Teoritis

Bagi kalangan akademisi penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan dan memberikan sumbangan positif terhadap ilmu tentang prioritas yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam memilih Hotel Syari’ah dengan menggunakan metode AHP. Serta dapat menjadi sumber tambahan dan melengkapi hasil-hasil penelitian sebelumnya dengan topik yang sama sehingga dapat dijadikan referensi bagi kalangan akademisi.

2. Kegunaan Praktisi

Bagi kalangan praktisi yang dalam hal ini, perusahaan dan konsumen diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat terkait memilih Hotel Syari'ah, sehingga nantinya mengetahui apa saja yang menjadi prioritas minat konsumen dalam memilih Hotel Syari'ah.

E. Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran Minat Konsumen Pada Hotel Syari'ah

Menurut Riyanto Sofyan Hotel Syari'ah adalah hotel yang dalam penyediaan, pengadaan dan penggunaan produk dan fasilitas serta dalam operasionalnya usahanya tidak melanggar aturan syari'ah.⁸ Prinsip-prinsip syari'ah pun diterapkan pada hotel syari'ah yaitu setiap perdagangan harus didasari sikap saling ridho, penegakan prinsip keadilan, prinsip larangan riba dan kasih sayang.⁹ Minat konsumen adalah kecenderungan gairah dan keinginan hati yang tinggi terhadap suatu hal dalam memilih produk dan atau jasa yang dipasarkan.¹⁰ Menurut Kotler pilihan pembeli seseorang juga dipengaruhi oleh 4 (empat) faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.¹¹ *Analytic Hierarki Process* adalah suatu metode pendukung keputusan yang akan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu *hierarki*.¹²

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif.¹³

⁸ Risyanto Susanto, "*Bisnis Syari'ah Mengapa Tidak*", (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), hlm, 64.

⁹ Kuat Ismanto, "*Manajemen Syari'ah Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syariah*", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hlm, 24-25

¹⁰ Ikhwan Susila dan Fatchurrahman, "*Service Value: Sebuah Variable Pemeditasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli*," *Emperika XVII* (2014), hlm, 1.

¹¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, "*Manajemen Pemasaran Edisi II*" (Jakarta: Indeks, 2005), hlm, 203-207.

¹² Agni Eka Muthafa, "*Penerapan Metode Analytic Hierrachy Process Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi*", *Jurnal Siliwangi*, III, 2017, hlm, 193.

¹³ Lexy J Moleong, "*Metodelogi Penelitian Kualitatif*", (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2014), hlm, 26.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau dari objek penelitian.¹⁴ Data primer diperoleh langsung dari sumber aslinya yakni dari data hasil wawancara pada pemilik Hotel Syari'ah di Kota Bandung. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau data yang bukan dari sumber utama dan sudah diolah data sekunder diperoleh dari jurnal, buku dan skripsi penelitian sebelumnya.

3. Teknik Pengumpulan Data

Mengumpulkan data dapat dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi dan kuisisioner gabungan. Alat pengumpulan data dalam penelitian ini ialah melalui wawancara kepada pemilik Hotel Syari'ah kota Bandung.

Mengumpulkan data-data dalam penelitian kualitatif ini bisa dilakukan dengan beberapa teknik diantaranya:

a. Wawancara

Merupakan salah satu metode dalam pengumpulan data dengan komunikasi, yakni melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpulan data (pewawancara) dengan sumber data (*informan*).

Wawancara dilakukan dengan pemilik hotel syariah (praktisi) yaitu Hotel Syari'ah Zatarana; Hotel Syari'ah Rumah Tawa; Losmen

¹⁴ Suharyati dan Purwanto, "*Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*", (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm, 3.

Syari'ah Leuwipanjang dan kepada Akademisi yaitu ibu Any Noor dan ibu Fitryanty.

b. Dokumentasi

Metode ini sumber datanya berupa catatan media masa, atau dokumen-dokumen yang tersedia dan berkaitan dengan objek penelitian. Dokumen yang dipakai seperti dokumentasi foto, profil perusahaan, internet dan sebagainya yang berkaitan dengan objek yang diteliti.

c. Kuisisioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan tertulis yang kemudian dibagikan kepada responden untuk memperoleh sejumlah data tertentu, identitas-identitas diberikan oleh pihak hotel yaitu kepada Hotel Syari'ah Zatarana; Rumah Tawa Syari'ah; Losmen Syari'ah Leuwipanjang dan para akademisi yaitu ibu Any Noor dan ibu Fitryanty.

4. Teknik Pengelolaan Data

Setelah rangkaian data terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis data. Teknik Analisis data yang dimaksud dengan menggunakan metode AHP (*Analytic Hierarchy Process*) yaitu merupakan suatu metode pendukung keputusan yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty. Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu *hierarki*. Menurut Saaty (1993), *hierarki* didefinisikan sebagai suatu representasi dari sebuah permasalahan yang kompleks dalam suatu struktur multilevel dimana level

pertama adalah tujuan, yang diikuti level faktor, kriteria, sub kriteria, dan seterusnya hingga level terakhir dari alternatif.¹⁵

Analytic Hierarchy Process digunakan sebagai metode pemecahan masalah dibanding dengan metode yang lain karena alasan-alasan berikut:

- a. Struktur yang ber-*hierarki*, sebagai konsekuensi dari kriteria yang dipilih, sampai pada sub kriteria yang paling dalam.
- b. Memperhitungkan validitas sampai dengan batas toleransi inkonsistensi sebagai kriteria dan alternatif yang dipilih oleh pengambil keputusan.
- c. Memperhitungkan daya tahan *output* analisis sensitivitas pengambilan keputusan.

Berikut tahapan penelitian yang dilakukan menggunakan metode

AHP:

- a. Mendefinisikan masalah dengan menentukan solusi yang diinginkan.
- b. Menyusun masalah kedalam suatu struktur *hierarki*, berdasarkan masalah yang sudah dibahas dalam peneliti.



Gambar 1.2 Hierarki Kriteria AHP

¹⁵ Agni Eka Muthafa, "Penerapan Metode Analytic Hierarchy Process Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi", Jurnal Siliwangi, vol III, 2017, hlm, 193.

- c. Melakukan penyebaran kuisisioner dan wawancara, peneliti mendapatkan data melalui kuisisioner dan wawancara yang dibagikan kepada pemilik hotel atau kepada akademisi, lalu hasil kuisisioner dan wawancara tersebut dijadikan sumber dalam pengelolaan data. Pengolahan data menggunakan software *ekspert choice*. Software *ekspert choice* adalah suatu program aplikasi yang dapat digunakan sebagai salah satu *tool* untuk membantu para pengambil keputusan dalam menentukan keputusan. *Ekspert choice* memiliki beberapa fasilitas mulai dari input data-data kriteria, dan beberapa alternatif pilihan, sampai dengan penentuan tujuan.¹⁶
- d. Menyusun prioritas untuk tiap elemen masalah pada setiap *hieraki*, prioritas ini dihasilkan dari suatu matriks perbandingan berpasangan antara seluruh elemen pada tingkat *hieraki* yang sama. Matriks perbandingan yaitu memberi bobot masing-masing kriteria menggunakan model AHP.

Intensitas kepentingan	Keterangan
1	Kedua elemen sama penting.
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting dari elemen lainnya.
5	Elemen yang satu lebih penting dari elemen lainnya.

¹⁶ Agnia Eva Muthafa, "Penerapan Metode Analytical Hierarki Process Dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi", Siliwangi, vol II, 2017, hlm, 11.

7	Elemen yang satu sangat penting dari elemen lainnya.
9	Elemen yang satu mutlak sangat penting dari elemen lainnya.
2,4,6,8	Nilai-nilai antar dua nilai pertimbangan yang berdekatan.
Kebalikan	Jika aktivitas i mendapat satu angka dibandingkan dengan aktivitas j, maka j memiliki nilai kebalikan dibandingkan j.

Tabel 1.2 Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan

- e. Melakukan pengujian konsistensi, setelah prioritas disusun peneliti melakukan pengujian konsistensi terhadap perbandingan antar elemen yang didapatkan pada tiap *hierarki* dan hasil dari pengujian tersebut dapat diambil kesimpulan.

5. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang akan digunakan adalah pendekatan fenomenologi, yaitu ilmu pengetahuan di mana suatu fenomena yang dialami manusia menjadi subjek kajiannya.

G. Operasional Variabel

Variabel	Sub variabel	Indikator
Minat Konsumen (Ferdinand: 2002.)	Minat Transaksional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa suka dalam membeli produk Hotel Syari'ah. 2. Mempertimbangkan merek dalam melakukan keputusan pembelian. 3. Tertarik dalam memiliki suatu produk pada Hotel Syari'ah.
	Minat Referensial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki keinginan yang kuat dalam merekomendasikan Hotel Syari'ah. 2. Memiliki motivasi yang besar terhadap Hotel Syari'ah. 3. Memiliki pengorbanan membeli produk pada Hotel Syari'ah.
	Minat Preferensial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merasa ingin tahu dalam mencari informasi. 2. Memiliki minat yang besar. 3. Merasa puas dalam membeli suatu produk.
	Minat Eksploratif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki dorongan dalam memilih Hotel Syari'ah. 2. Memiliki rasa ketertarikan untuk memilih Hotel Syari'ah. 3. Memiliki pengalaman masalah terhadap Hotel Syari'ah. 4. Merasa yakin dalam memilih Hotel Syari'ah.

Tabel 1.4 Operasional Variabel