

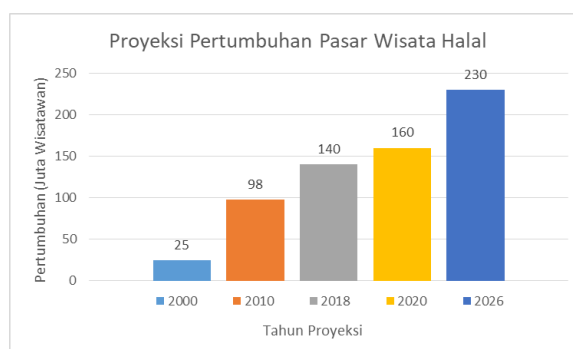
BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang memberikan kontribusi besar dalam perkembangan ekonomi di Indonesia. Pada tahun 2018 capaian sektor pariwisata memberikan kontribusi sebesar 5.25% untuk Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Nasional, serta menyumbang devisa negara sebesar 224 Triliun rupiah. Pertumbuhan tersebut seiring dengan penambahan jumlah wisatawan yang berkunjung baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Hasil kenaikan wisatawan mencapai 12.61% untuk jumlah kunjungan ke Indonesia (Kemenpar, 2019). Dengan demikian pariwisata menjadi salah satu sektor yang dapat meningkatkan keadaan ekonomi dan sosial. Selain itu melalui pariwisata jumlah angkatan kerja yang dapat cakup mencapai 12.7 juta jiwa pada 2018-2019 (Kemenpar, 2019). Oleh karena itu, munculah konsep-konsep baru mengenai pariwisata, seperti wisata halal atau *Halal Tourism* yang saat ini menjadi perhatian.

Halal tourism adalah suatu gagasan dimana menawarkan produk-produk “halal” menurut ajaran agama islam dan syareat islam. Perkembangan halal idustri pada sektor pariwisata mulai dikembangkan oleh beberapa negara. Dapat dilihat dari perkembangan kemajuan beberapa negara yang mengusung wisata halal seperti negara yang tergabungnya dalam *Organization of Islamic Cooperation* (OIC) sebanyak 20 negara seperti Indomesia, Malaysia, Turkey, Qatar, Saudi Arabia dan lain sebagainya (GMTI, 2019). Dapat dilihat cakupan pertumbuhan pasar wisata halal sebagai berikut.



Gambar I.1 Pertumbuhan Pasar Wisata Halal Secara Global (GMTI, 2019)

Indonesia memiliki peluang besar atas berkembangannya *trend halal tourims* di dunia. Saat Indonesia menempati peringkat satu dunia sebagai penyedia wisata halal dilihat dari ketersedianya fasilitas dan jumlah pasar atau *market* bersamaan dengan Malaysia menurut GMTI 2019. Hal tersebut berkaian langsung dengan pembangunan ekonomi kreatif di Indonesia. Perkembangan mengenai konsep syariah atau wisata halal merupakan salah satu alternatif *travel* industri pariwisata yang perlu menjadi perhatian, selain menjadi *trend* perkembangan industri wisata halal berupaya dalam meningkatkan *Global Islamic Economy (GIE)* (Samori et al., 2016). Agama, warisan kebudayaan, keberagaman suku, etnik, bahasa, memberikan dampak untuk berkembangnya pariwisata di Indonesia. Populasi umat muslim menjadi mayoritas penduduk Indonesia yang tentunya memiliki ciri khas dan keunikan budaya sebagai mana telah ditawarkan oleh destinasi wisata yang tersedia, seperti tempat atau lokasi, masjid, pusaka, makam, sampai dengan kuliner khas daerah (Jaelani. 2016).

Selain itu Indonesia yang merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar dan sebagai mayoritas, lebih dari 87% dari populasi 258 juta jiwa sebagai seorang muslim (USCIRF, 2017). Keadaan pasar muslim di Indonesia yang begitu besar mendukung pengembangan pariwisata halal sesuai syareat agama islam. Selain itu peningkatan jumlah wisatawan dengan motivasi keagamaan juga merambah perhatian akademisi, pemerintah, dan agen pariwisata untuk mengembangkan pariwisata (Timothy and Olsen, 2006).

Melihat perkembangan wisata halal saat ini, melalui Kementrian Pariwisata (Kemenpar) tahun 2019, dalam laporannya mencatat bahwa terdapat 10 destinasi wisata halal unggulan di Indonesia. Daerah destinasi wisata halal tersebut seperti Lombok, Aceh, DKI Jakarta, Sumatera Barat, Jawa Barat, Yogyakarta, Riau, Kepulauan Riau, Jawa Timur, Sulawesi Selatan. Ditambah dengan Provinsi Aceh dan Nusa Tenggara Barat merupakan provinsi yang telah mengembangkan wisata halal untuk wisatawan muslim manca negara dengan cukup baik (Satriana dan Faridah, 2018). Dari perkembangan dan potensi tersebut Indonesia perlu mengembangkan mutu dan kualitas pelayanan dalam memenuhi konsep *halal tourism*.

Indonesia sudah didukung oleh berbagai komponen yang dapat mengantarkan sektor pariwisata menembus pasar global, khususnya pariwisata halal. Namun, perlu upaya untuk mengembangkan wisata halal di Indonesia, karena masih maraknya perjudian, tempat prostitusi, diskotik, penjualan bebas minuman keras, dan kegiatan yang diluar syariat sehingga perlu menjadi perhatian khusus (Satriana dan Faridah, 2018). Oleh karena itu, belum adanya *platform* yang menjaga dan menjamin dari kegiatan diluar konsep *halal tourism*. Ketersediaan *platform* yang secara khusus melayani produk halal akan mengurangi perilaku menyimpang diatas bahkan akan sedikit demi sedikit akan menghilangkan kegiatan yang diluar syareat dalam konsep *halal tourism*. Dengan pesatnya perkembangan digital belum adanya *platform* yang digunakan sebagai tempat memberikan informasi dan penyedia fasilitas untuk dapat menikmati pelayanan dari wisata hala tersebut.

Berbagai biro jasa pariwisata dibuka untuk menunjang fasilitas wisata halal di Indonesia yang semakin tumbuh dan berkembang. Salah satunya adalah biro jasa “Al-mabrur *tour and travel*” yang berlokasi di kota Solo. Perusahaan ini memiliki berbagai produk wisata halal domestik maupun manca negara. Namun berbagai tantangan yang perlu di hadapi dalam era digital ini adalah perlu adanya proses transformasi proses bisnis dari konsep konvensional kepada digitalisasi proses bisnis. Proses bisnis yang berlangsung pada biro jasa “Al-mabrur *tour and travel*” masih menggunakan sistem yang sangat konvensional. Calon konsumen datang ke kantor biro jasa dan melakukan pemesanan ataupun pemilihan paket wisata halal yang diinginkan. Kemudian mendapatkan pelayanan secara langsung oleh pegawai. Artinya proses pelayanan membutuhkan waktu yang cukup lama, 1-2 hari untuk membuat janji dan mendapatkan layanan.

Selain layanan, media periklanan dan promosi juga dilakukan menggunakan pamflet dan *broadcast message* untuk mengenalkan produknya. Sehingga cakupan pasar yang terlalu sempit. Pada periode 2019 Al-Mabrur mencatat sebanyak 37.82% konsumen berasal dari Solo, 24.6% dari Sukoharjo, 18% dari Boyolali, 16% dari Sragen, dan 5% berasal dari daerah lainnya. Data tersebut menunjukkan bahwa cakupan pasar Al-Mabrur sangat terbatas dan kurang bervariasi. Selain itu, terdapat biaya yang selalu dikeluarkan sebesar Rp 1.686.600 setiap 3 bulan sekali,

sebagai operasional pemasaran perusahaan. Hal tersebut dinilai kurang efektif dan relevan untuk dapat bersaing di era teknologi seperti saat ini.

Improvement yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan suatu proses bisnis yang lebih baik serta mampu beradaptasi di era digital. Baik bertujuan untuk meningkatkan jumlah konsumen melalui media periklanan yang baik dan informatif maupun proses layanan yang *mobile*. Pengembangan *platform* berbasis *website* secara *online* pada bisnis *halal tourism* merupakan suatu langkah dalam membangun *image* baik terhadap perusahaan sebagai media pelayanan dan periklanan. Selain itu pengembangan *platform digital* merupakan upaya meningkatkan perekonomian digital serta ekonomi kreatif. Maka dalam studi ini, dilakukan pengembangan model bisnis baru dengan merancang suatu sistem informasi berbasis *website* secara *online*, dengan harapan pelayanan dan kegiatan operasional dapat berjalan lebih efektif.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan permasalahan yang akan diselesaikan dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana pemetaan proses bisnis eksisting produk wisata halal dari biro jasa Al-Mabrur *Tour dan Travel*?
2. Bagaimana perancangan proses bisnis produk wisata halal dari biro jasa Al-Mabrur *Tour dan Travel* berbasis *website*?
3. Bagaimana perancangan sistem informasi produk wisata halal dari biro jasa Al-Mabrur *Tour dan Travel*?
4. Bagaimana efisiensi penerapan sistem secara online pada produk wisata halal dari biro jasa Al-Mabrur *Tour dan Travel*?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang telah ditetapkan, tujuan dilakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Memetakan proses bisnis produk wisata halal di biro jasa Al-Mabrur *Tour dan Travel*.

2. Merancang proses bisnis produk wisata halal biro jasa Al-Mabrur *Tour dan Travel* dengan sistem *website*.
3. Merancang suatu sistem informasi produk wisata halal di biro jasa Al-Mabrur *Tour dan Travel*.
4. Mengukur efisiensi sistem aplikasi produk wisata halal di biro jasa Al-Mabrur *Tour dan Travel*.

I.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa batasan yang perlu diperhatikan guna untuk menegaskan fokus pada permasalahan yang diangkat dan penyelesaiannya. Sehingga bahasan penelitian tidak meluas dan tujuan penelitian tercapai. Berikut adalah batasan penelitian yang dilakukan:

1. Lokasi obyek penelitian pada biro jasa Al-Mabrur *Tour dan Travel* disesuaikan dengan data yang disediakan oleh perusahaan
2. Penelitian ini dilakukan hanya sampai dengan tahap perancangan
3. Periode waktu penelitian dilaksanakan di biro jasa Al-Mabrur *Tour dan Travel* dalam waktu terbatas

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi dan perbandingan antara model eksisting dengan model sistem bisnis usulan melalui *website* secara *online*.
2. Menjadi pertimbangan untuk biro jasa Al-Mabrur *Tour dan Travel* dalam merancang suatu sistem yang dapat memudahkan calon konsumen wisata halal.
3. Mengetahui efisiensi penerapan sistem berbasis *website* secara *online* pada produk wisata halal biro jasa Al-Mabrur *Tour dan Travel*.

I.6 Sistematika Penulisan

Penulisan Tugas Akhir ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan pada penelitian. Bab ini membahas hubungan antara konsep dengan kajian penelitian dan uraian kontribusi penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci berupa model konseptual dan sistematika pemecahan masalah penelitian.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini dijelaskan mengenai proses pengumpulan data, proses pengolahan data, dan hasil pengolahan data yang diperlukan untuk penyelesaian masalah penelitian.

Bab V Analisis dan Rekomendasi

Pada bab ini ditampilkan analisis secara komprehensif dari hasil pengolahan data yang telah didapatkan pada bagian sebelumnya untuk kemudian dapat digunakan sebagai rekomendasi bagi perusahaan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran untuk penelitian selanjutnya dengan tujuan untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.