

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi dan sosial yang perannya semakin signifikan dalam konteks global maupun nasional. Data Organisasi Pariwisata Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO) menunjukkan bahwa pada periode 2023–2024 jumlah kunjungan wisatawan internasional mengalami pemulihan yang sangat kuat pascapandemi, bahkan di beberapa kawasan telah mendekati dan melampaui level prapandemi (UNWTO; 2024). Kondisi ini menandakan bahwa persaingan antar destinasi semakin ketat, tidak hanya dalam menarik wisatawan baru tetapi juga dalam mempertahankan wisatawan agar melakukan kunjungan ulang. Tidak hanya berfungsi sebagai sumber devisa dan pencipta lapangan kerja, pariwisata juga berperan sebagai instrumen pembentuk citra, identitas, dan daya saing suatu daerah (Pike & Page, 2014).

Dalam perkembangannya, paradigma pembangunan pariwisata mengalami pergeseran mendasar, dari orientasi kuantitatif yang menitikberatkan pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan menuju orientasi kualitatif yang menekankan kualitas destinasi dan keberlanjutan jangka Panjang (Weaver, 2006). Pergeseran paradigma ini muncul dari kesadaran bahwa tingginya angka kunjungan wisatawan tidak selalu berbanding lurus dengan tingkat kepuasan, loyalitas, maupun kontribusi pariwisata terhadap kesejahteraan masyarakat lokal (Larry Dwyer & Chulwon Kim, 2003) .

Salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan pembangunan pariwisata berkelanjutan adalah *Intention To Revisit*, yaitu niat wisatawan untuk kembali berkunjung ke destinasi yang sama di masa mendatang (Baker & Crompton, 2000). Niat kunjungan ulang mencerminkan evaluasi menyeluruh wisatawan terhadap destinasi, yang meliputi aspek kognitif, afektif, dan konatif (Chen & Tsai, 2007). Wisatawan yang memiliki *Intention To Revisit* yang tinggi umumnya menunjukkan tingkat kepercayaan, keterikatan emosional, serta persepsi positif terhadap destinasi (Oliver, 1999). Oleh karena itu, penguatan niat kunjungan ulang dipandang sebagai tujuan strategis dalam pengelolaan destinasi, karena lebih efisien dan berkelanjutan dibandingkan upaya menarik wisatawan baru secara terus-menerus (Oppermann, 2000).

Dalam konteks global, industri pariwisata juga mengalami dinamika baru yang ditandai dengan meningkatnya permintaan terhadap pariwisata berbasis nilai, khususnya pariwisata yang ramah terhadap kebutuhan wisatawan Muslim. Laporan Global Muslim Travel Index tahun 2024 menunjukkan bahwa pasar wisata Muslim merupakan salah satu segmen dengan pertumbuhan paling resilien pascapandemi. Pertumbuhan populasi Muslim dunia, meningkatnya daya beli kelas menengah Muslim, serta meningkatnya kesadaran terhadap konsumsi halal mendorong berkembangnya konsep *Islamic tourism* atau *Muslim-friendly tourism* (Battour et al., 2013; Henderson, 2010). Wisatawan Muslim tidak hanya memandang pariwisata sebagai aktivitas rekreasi, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup yang harus selaras dengan nilai-nilai agama (El-Gohary, 2016).

Dalam literatur pariwisata, kebutuhan wisatawan Muslim tersebut terwujud dalam konsep *Islamic Destination Attributes*, yaitu seperangkat atribut destinasi yang mencerminkan nilai-nilai Islam dan dirasakan secara langsung oleh wisatawan (Battor, 2011). Atribut ini mencakup ketersediaan makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah yang memadai, norma sosial yang selaras dengan etika Islam, lingkungan yang aman dan nyaman bagi praktik keagamaan, serta representasi budaya dan sejarah Islam dalam pengalaman wisata. Keberadaan atribut Islam destinasi tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan fungsional wisatawan, tetapi juga membentuk persepsi, rasa aman, dan kepercayaan wisatawan terhadap destinasi.

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki potensi yang sangat besar dalam pengembangan destinasi wisata berbasis nilai Islam. Data BPS (Badan Pusat Statistik, n.d.) menunjukkan bahwa pada tahun 2024 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mencapai lebih dari 11 juta kunjungan. Potensi tersebut didukung oleh kekayaan budaya, sejarah Islam, serta pasar domestik wisatawan Muslim yang sangat besar. Namun demikian, pengembangan pariwisata halal di Indonesia masih menghadapi tantangan, baik dari sisi standarisasi, konsistensi implementasi nilai Islam, maupun pengukuran dampak atribut Islam destinasi terhadap perilaku wisatawan (Jaelani, 2017).

Provinsi Jawa Tengah memiliki posisi penting dalam peta pariwisata nasional sebagai wilayah yang kaya akan warisan budaya, sejarah, dan tradisi keagamaan. Di antara berbagai daerah tersebut, Kabupaten Kudus menempati posisi yang unik sebagai salah satu kota yang dikenal luas dengan identitas religius

Islam yang kuat. Kudus bahkan populer dengan julukan Kota Santri, sebutan yang merefleksikan kuatnya tradisi keislaman, keberadaan pesantren, kehidupan masyarakat yang religius, serta peran historisnya sebagai pusat dakwah Islam di wilayah pesisir utara Jawa. Julukan tersebut menjadikan Kudus memiliki karakter destinasi yang berbeda dibandingkan daerah lain. Kabupaten Kudus juga dikenal sebagai pusat penyebaran Islam di Pulau Jawa melalui peran Sunan Kudus, sekaligus menjadi destinasi wisata religi yang memiliki daya tarik historis, spiritual, dan kultural yang kuat. Identitas tersebut menjadikan Kabupaten Kudus relevan untuk dikaji sebagai destinasi wisata berbasis nilai-nilai Islam yang tumbuh secara historis dan sosial dalam kehidupan masyarakat.

Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten/Kabupaten Kudus menunjukkan tren peningkatan yang cukup positif, terutama didorong oleh wisata religi, wisata budaya, dan kunjungan domestik ke berbagai situs bersejarah seperti Menara Kudus, Masjid Al-Aqsa, dan kawasan makam Sunan Kudus (Data Kabupaten Kudus, n.d.). Peningkatan jumlah kunjungan tersebut menunjukkan bahwa Kudus memiliki daya tarik yang kuat dalam industri pariwisata daerah. Namun demikian, indikator kuantitatif berupa jumlah kunjungan wisatawan belum cukup untuk menilai kualitas destinasi serta keberlanjutan pariwisata dalam jangka panjang. Keberhasilan destinasi modern tidak hanya diukur dari banyaknya kunjungan, tetapi juga dari kemampuan destinasi menciptakan pengalaman positif yang mendorong wisatawan untuk datang kembali.

Secara konseptual, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan belum tentu sejalan dengan meningkatnya loyalitas wisatawan. Wisatawan dapat datang karena faktor tren, momentum keagamaan, atau rekomendasi sesaat, tetapi belum tentu memiliki niat untuk melakukan kunjungan ulang apabila pengalaman yang diperoleh tidak memenuhi harapan. Tanpa kualitas destinasi yang konsisten, wisatawan berpotensi menjadi pengunjung satu kali (*one-time visitor*) tanpa keinginan untuk kembali di masa mendatang (Oppermann, 2000). Oleh karena itu, dalam konteks pengembangan destinasi, *Intention To Revisit* menjadi indikator penting untuk menilai loyalitas wisatawan dan keberlanjutan daya saing pariwisata.

Dalam konteks Kabupaten Kudus, *Islamic Destination Attributes* menjadi elemen strategis yang membedakan destinasi ini dari kota wisata lainnya. Atribut tersebut dapat berupa ketersediaan fasilitas ibadah yang memadai, kemudahan memperoleh makanan halal, lingkungan sosial yang religius dan nyaman, nilai budaya Islami yang autentik, serta suasana destinasi yang mencerminkan identitas keislaman. Citra Kudus sebagai Kota Santri semakin memperkuat persepsi wisatawan bahwa destinasi ini memiliki atmosfer religius yang khas, aman, nyaman, dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim. Jika atribut-atribut tersebut dikelola secara baik, konsisten, dan sesuai ekspektasi wisatawan, maka hal tersebut berpotensi meningkatkan rasa nyaman, aman, kepercayaan, dan kepuasan wisatawan. Kondisi tersebut pada akhirnya dapat mendorong terbentuknya niat kunjungan ulang ke Kabupaten Kudus (Battour & Ismail, 2016; Chen & Tsai, 2007).

Meskipun Kabupaten Kudus dikenal luas sebagai destinasi wisata religi, kota dengan identitas Islam yang kuat, dan populer sebagai Kota Santri, kajian empiris yang secara spesifik menguji pengaruh *Islamic Destination Attributes* terhadap *Intention To Revisit* wisatawan masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti wisata religi dari perspektif sejarah, budaya, atau kepuasan wisatawan secara umum. Sementara itu, hubungan kausal langsung antara atribut destinasi Islami dengan niat kunjungan ulang belum banyak menjadi fokus utama penelitian. Padahal, dalam destinasi seperti Kudus yang identitas keislamannya tumbuh secara historis dan substantif, atribut Islam destinasi bukan sekadar unsur tambahan layanan, melainkan bagian inti dari pengalaman wisata yang dirasakan pengunjung.

Keterbatasan penelitian tersebut menunjukkan adanya kesenjangan akademik yang penting untuk diisi, baik dalam pengembangan teori pariwisata berbasis nilai Islam maupun dalam praktik pengelolaan destinasi. Tanpa pemahaman empiris yang memadai mengenai pengaruh *Islamic Destination Attributes* terhadap *Intention To Revisit*, strategi pengembangan wisata berisiko hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan tanpa memperhatikan kualitas pengalaman dan loyalitas wisatawan. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada analisis pengaruh *Islamic Destination Attributes* terhadap *Intention To Revisit* wisatawan ke Kabupaten Kudus, dengan tujuan memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran atribut destinasi Islami dalam membentuk evaluasi dan perilaku wisatawan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik mengenai pariwisata berbasis Islam,

sekaligus menjadi dasar empiris bagi pemerintah daerah dan pengelola destinasi di Kota Santri Kudus dalam merumuskan strategi pengembangan pariwisata yang berorientasi pada kualitas layanan, loyalitas wisatawan, dan keberlanjutan pariwisata jangka panjang.

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang melatari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Kudus dalam beberapa tahun terakhir belum diiringi dengan kajian empiris yang memadai mengenai kualitas pengalaman wisatawan, sehingga belum dapat dipastikan apakah peningkatan tersebut mencerminkan loyalitas wisatawan atau hanya bersifat sementara akibat tren dan momentum keagamaan.
2. Belum terdapat kepastian mengenai bagaimana persepsi wisatawan terhadap *Islamic Destination Attributes* yang melekat pada citra Kabupaten Kudus sebagai Kota Santri, mengingat atribut tersebut belum banyak diukur secara sistematis dan terstruktur melalui pendekatan kuantitatif.
3. Masih terbatasnya kajian empiris yang secara spesifik menguji hubungan kausal antara *Islamic Destination Attributes* dan *Intention To Revisit* di Kabupaten Kudus, sehingga belum diketahui secara pasti seberapa besar peran atribut destinasi Islami dalam membentuk niat kunjungan ulang wisatawan.
4. Pengelola destinasi dan pemangku kebijakan di Kabupaten Kudus belum memiliki dasar empiris yang cukup untuk menentukan prioritas

pengembangan atribut destinasi Islami yang paling berpengaruh terhadap niat kunjungan ulang wisatawan, sehingga strategi pengembangan pariwisata berpotensi belum terarah secara optimal.

C. Batasan Masalah

Mengingat luasnya cakupan permasalahan yang dapat dikaji dalam penelitian mengenai pariwisata berbasis nilai Islam, serta keterbatasan waktu, tenaga, dan sumber daya yang dimiliki peneliti, maka penelitian ini perlu dibatasi pada beberapa aspek agar pembahasan lebih terarah, fokus, dan mendalam. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada dua variabel utama, yaitu *Islamic Destination Attributes* sebagai variabel independen dan *Intention To Revisit* sebagai variabel dependen, tanpa melibatkan variabel mediasi atau moderasi seperti kepuasan wisatawan maupun citra destinasi.
2. Lingkup wilayah penelitian dibatasi pada wisatawan nusantara yang berkunjung ke destinasi wisata religi dan budaya di Kabupaten Kudus, sehingga hasil penelitian ini tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi pada destinasi wisata berbasis nilai Islam lainnya di luar Kabupaten Kudus.
3. Responden penelitian dibatasi pada wisatawan yang telah berusia minimal 17 tahun dan pernah melakukan kunjungan langsung ke destinasi wisata religi di Kabupaten Kudus, seperti kawasan Menara Kudus, Masjid Al-Aqsa, dan makam Sunan Kudus.
4. Pengukuran variabel penelitian dibatasi pada indikator-indikator yang merujuk pada konsep *Islamic Destination Attributes* menurut Battour et al.

(2014), yang meliputi ketersediaan makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah, norma sosial Islami, serta rasa aman dan nyaman bagi praktik keagamaan, dan tidak mencakup seluruh dimensi pariwisata halal secara umum.

5. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner, sehingga data yang dianalisis bersifat persepsional dan diukur pada satu titik waktu (cross-sectional), bukan bersifat longitudinal yang mengamati perubahan perilaku wisatawan dalam jangka waktu panjang.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan kondisi tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap *Islamic Destination Attributes* di Kabupaten Kudus?
2. Bagaimana pengaruh *Islamic Destination Attributes* terhadap *Intention To Revisit* wisatawan ke Kabupaten Kudus?

E. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan persepsi wisatawan terhadap *Islamic Destination Attributes* di Kabupaten Kudus sebagai destinasi wisata berbasis nilai Islam.
2. Menganalisis pengaruh *Islamic destination attributes* terhadap *Intention To Revisit* wisatawan ke Kabupaten Kudus.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Secara konseptual, manfaat teoretis merujuk pada kontribusi penelitian terhadap pengembangan dan penguatan ilmu pengetahuan melalui perluasan pemahaman konseptual, pengujian hubungan antarvariabel, serta pengayaan kerangka teori yang telah ada. Manfaat teoretis tidak berorientasi pada pemecahan masalah praktis secara langsung, melainkan pada nilai tambah akademik yang dihasilkan oleh temuan penelitian dalam menjelaskan suatu fenomena secara sistematis dan berbasis empiris (Sekaran, 2016; Sugiyono., 2019). Dalam konteks penelitian pariwisata, manfaat teoretis menjadi penting untuk memperjelas mekanisme perilaku wisatawan dan faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas wisatawan, khususnya pada destinasi dengan karakteristik nilai tertentu (Creswell, 2018) .

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian pariwisata berbasis nilai Islam dan studi perilaku wisatawan dengan memperkaya literatur empiris mengenai peran *Islamic Destination Attributes* sebagai determinan loyalitas wisatawan yang direpresentasikan melalui *Intention To Revisit*. Penelitian ini menempatkan atribut Islam destinasi sebagai stimulus utama yang membentuk evaluasi internal wisatawan, sehingga memperkuat dan memperjelas penerapan kerangka *Stimulus–Organism–Response (SOR)* dalam menjelaskan mekanisme pengaruh atribut Islam destinasi terhadap niat kunjungan ulang,

khususnya pada destinasi yang menerapkan nilai Islam secara struktural seperti Kabupaten Kudus.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah dan Pemangku Kebijakan

Dalam konteks kebijakan publik, hasil penelitian empiris berperan penting sebagai dasar penyusunan kebijakan yang berbasis bukti (*evidence-based policy*). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan empiris dalam perumusan kebijakan dan strategi pengembangan pariwisata Kabupaten Kudus yang berorientasi pada peningkatan kualitas destinasi berbasis nilai Islam. Temuan penelitian ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan menentukan prioritas pengembangan *Islamic Destination Attributes* yang paling berpengaruh terhadap *Intention To Revisit* wisatawan, sehingga kebijakan yang dirumuskan tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah kunjungan, tetapi juga pada penguatan loyalitas wisatawan dan keberlanjutan pariwisata jangka panjang.

b. Bagi Pengelola Destinasi dan Pelaku Industri Pariwisata

Bagi pelaku industri pariwisata, penelitian berfungsi sebagai sumber informasi strategis dalam pengambilan keputusan manajerial dan peningkatan daya saing destinasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan praktis bagi pengelola destinasi dan pelaku industri pariwisata dalam merancang produk, layanan, serta lingkungan destinasi yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim.

Pemahaman mengenai atribut Islam destinasi yang paling menentukan *Intention To Revisit* dapat digunakan sebagai dasar pengelolaan pengalaman wisata yang lebih terarah, konsisten, dan berkelanjutan.

c. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Dalam perspektif akademik, manfaat praktis juga mencakup peran penelitian sebagai referensi dan pijakan bagi riset lanjutan (Sekaran & Bougie, 2017). Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi akademik dalam pengembangan kajian pariwisata berbasis nilai Islam, khususnya terkait pengaruh *Islamic Destination Attributes* terhadap perilaku wisatawan. Selain itu, penelitian ini membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan model penelitian yang lebih kompleks melalui penambahan variabel mediasi atau moderasi, seperti kepuasan wisatawan, citra destinasi, atau perbedaan karakteristik wisatawan.

d. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, manfaat praktis penelitian juga berkaitan dengan pengembangan kapasitas akademik dan metodologis (Creswell & Creswell, 2018). Penelitian ini menjadi sarana pengembangan kemampuan analisis ilmiah dan penerapan metodologi penelitian kuantitatif di bidang pariwisata. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan peneliti mengenai dinamika pengelolaan destinasi wisata berbasis nilai Islam serta implikasinya terhadap pembentukan loyalitas wisatawan, sehingga memperkuat kompetensi akademik peneliti dalam bidang kajian pariwisata dan ekonomi Islam

9	Munaqasyah															
10	Revisi Skripsi															

H. Sistematika Penulisan

Proposal ini disusun dalam lima bab yang saling berkaitan satu sama lain dan membentuk alur pemikiran yang sistematis, mulai dari pemaparan latar belakang permasalahan hingga penarikan kesimpulan dan rekomendasi penelitian.

Bab I Pendahuluan

Bab pertama merupakan pendahuluan yang menguraikan secara komprehensif latar belakang penelitian yang mendasari pentingnya kajian mengenai *Islamic Destination Attributes* dan *Intention To Revisit* wisatawan ke Kabupaten Kudus. Pada bab ini juga disajikan identifikasi dan batasan masalah, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, serta sistematika penulisan skripsi. Bab pendahuluan berfungsi sebagai fondasi utama yang menjelaskan urgensi penelitian dan arah analisis yang akan dilakukan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab kedua memuat tinjauan pustaka yang mencakup landasan teori yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu *Islamic Destination Attributes* sebagai variabel independen dan *Intention To Revisit* sebagai variabel dependen. Dalam bab ini dibahas konsep, definisi, dan indikator masing-masing variabel berdasarkan teori dan literatur ilmiah yang relevan. Selain itu, bab ini juga menyajikan kajian penelitian terdahulu yang relevan dalam kurun waktu maksimal lima tahun terakhir,

sehingga dapat terlihat posisi dan kontribusi penelitian ini dibandingkan dengan studi-studi sebelumnya. Pada bagian akhir bab disusun kerangka pemikiran konseptual yang menghubungkan variabel penelitian, serta perumusan hipotesis yang akan diuji secara empiris.

Bab III Metode Penelitian

Bab ketiga menjelaskan metode penelitian yang digunakan sebagai pedoman pelaksanaan penelitian secara sistematis dan terukur. Bab ini mencakup jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, serta teknik pengambilan sampel. Selain itu, dijelaskan pula jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data melalui kuesioner, definisi operasional variabel, teknik analisis data yang digunakan, serta uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Bab ini memberikan gambaran yang jelas mengenai prosedur penelitian yang ditempuh untuk menjawab rumusan masalah.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab keempat memuat hasil penelitian dan pembahasan. Pada bab ini disajikan hasil pengolahan data yang diperoleh dari responden wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Kudus, meliputi karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, serta hasil uji validitas dan reliabilitas (outer model) instrumen. Selanjutnya dipaparkan hasil uji inner model untuk menguji pengaruh *Islamic Destination Attributes* terhadap *Intention To Revisit*. Hasil penelitian tersebut kemudian dibahas secara mendalam dengan mengaitkannya pada teori yang digunakan dan temuan penelitian terdahulu, sehingga diperoleh interpretasi yang komprehensif.

Bab V Penutup

Bab kelima merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan penelitian berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Selain kesimpulan, bab ini juga memuat saran-saran yang ditujukan kepada pemerintah daerah, pengelola destinasi wisata di Kabupaten Kudus, serta pihak-pihak terkait lainnya sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan pariwisata berbasis nilai Islam. Di samping itu, saran juga diberikan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa agar penelitian dapat dikembangkan lebih lanjut.

