

THE INFLUENCE OF SOCIAL IMPACT MODERATING VARIABLES ON  
COMMUNITY ATTITUDE RELATIONSHIP WILL HALAL TOURISM AND  
HALAL TOURIST INTEREST IN YOGYAKARTA

Silvi Sri Mulyani<sup>1</sup> Misbachul Munir<sup>2</sup> Muhammad Hanif Ibrahim<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
Email: silvisrimulyani165@gmail.com.

<sup>2</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
Email: misbachulmunir114@gmail.com

<sup>3</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,  
Email: muhammadhanifibrahim47@gmail.com

ABSTRACT

*This study AIMS to find out AND empirically EXAMINE the effect of moderATING VARIABLES of sosial imPACT on the reLATIONSHIP between community ATTitudes towards HALAL tourism AND the interest in HALAL tours in Special Regions of YogyAKARTA. The study SAMPLE consisted of 435 respondents from five districts in ten sub-districts in the Special Region of YogyAKARTA, with EACH sub-district consisting of five respondents. DATA collection techniques use rANDOM cluster SAMPLing or rANDOM DATA collection, but there Are groupings of respondents from gender AND AGE. The results of testing the DATA show THAT the reseARchers' hypotheses ARE ACCEPtABLE, where the public ATTitude towards HALAL tourism influences people's interest in HALAL tours. The existence of A moderATING VARIABLE in the form of social imPACT ALSO supports the reLATIONSHIP.*

**Keywords:** Economics, Entrepreneurship, MANAGEMENT, HALAL Tourism, Interest in HALAL Tourism

**Article History:**

Received : 02 January 2020

Revised : 15 January 2020

Accepted : 25 January 2020

Available online : 01 March 2020

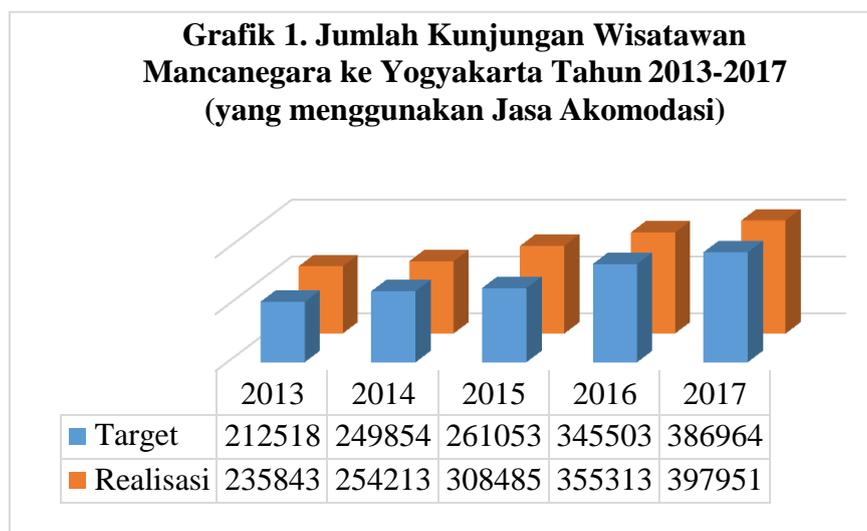
## I. PENDAHULUAN

### I.1. Latar Belakang

Dewasa ini, pengetahuan dan kesadaran akan produk halal semakin meningkat. Hal tersebut menjadikan munculnya pariwisata halal sebagai fenomena baru (Satriana & Faridah, 2018). Pariwisata halal yaitu jenis pariwisata yang menyediakan fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan hukum Islam. Fasilitas tersebut seperti fasilitas makanan maupun minuman dengan label halal, restoran halal, dan hotel syariah (Kemenpar, 2015). Peluang Indonesia dalam pariwisata halal ini tentu sangatlah besar mengingat Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk Muslim terbesar di dunia. Hal ini ditandai dengan ditetapkannya 10 daerah di Indonesia sebagai destinasi halal, salah satunya yaitu Daerah Istimewa Yogyakarta (Indonesia Muslim Traveler Index, 2018).

Hingga sekarang Daerah Istimewa Yogyakarta tetap konsisten menjadi salah satu daerah tujuan wisata di Indonesia dan bahkan oleh wisatawan mancanegara (Dinas Pariwisata DIY, 2017). Di Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri, khususnya di Kota Yogyakarta terdapat fasilitas dan infrastruktur yang dapat mendukung perkembangan pariwisata halal yaitu antarlain; terdapat beberapa hotel yang telah menggunakan konsep pariwisata halal, restoran halal, bank dengan sistem syariah dan lainnya (Pratiwi, 2016).

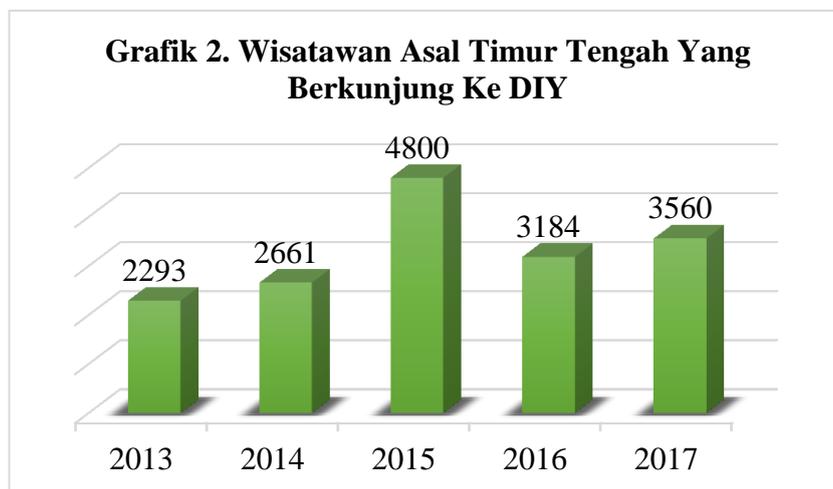
Dinas Pariwisata Yogyakarta menyebutkan bahwa, realisasi jumlah kunjungan untuk wisatawan mancanegara ke DIY secara umum dari tahun 2013-2017 mengalami peningkatan, dengan rata-rata peningkatan sebesar 15% (Dinas Pariwisata DIY, 2017). Hal ini dapat dilihat dari grafik berikut:



*Sumber: Dinas PARIWISATA DIY, 2017*

Berdasarkan data yang diperoleh dari grafik 1 diatas, dapat kita ketahui bahwa selalu ada peningkatan kunjungan wistawan mancanegara yang signifikan dari tahun ke tahun. Dimana angka yang diperoleh tersebut rata-rata melampaui target yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam upaya pengembangan pariwisata halal ini, Kementerian Pariwisata juga menetapkan strategi dengan mengincar wisatawan-wisatawan dari sejumlah negara

di Eropa, Asia dan Timur Tengah. Adapun wisatawan yang berasal dari timur tengah yang mengunjungi Yogyakarta meskipun meningkat secara fluktuatif namun terus memberikan efek yang positif. Data kunjungan pariwisata tersebut dapat dilihat dalam grafik dibawah ini:



*Sumber: DinAS PARIWISATA DIY, 2017*

Dari data tersebut jika dilihat dari angka jumlah kunjungan wisman Muslim ke Yogyakarta memang dinilai cukup kecil. Namun, target pariwisata halal sebenarnya bukan hanyawisatawan Muslim, tetapi juga wisatawan non Muslim. Karena padahakekatnya pariwisata halal hanyalah sebagai pelengkap jenis wisata konvensional. Sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia berupaya terus mengembangkan wisata syariah di tanah air (Kemenpar, 2015).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ade Ela Pratiwi (2016) berdasarkan penelitian tersebut, jika dilihat untuk kondisi aktivitas wisata saat ini di Yogyakarta sudah sedikit banyak menerapkan konsep pariwisata halal antaralain; konsep toilet yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, ketersediaanya penginapan syariah serta tidak ada penjual alkohol di setiap destinasi atau penginapan, kecuali hotel berbintang yang sudah mendapat izin (Pratiwi, 2016).

Banyak pihak mengklaim bahwa sosialisasi pariwisata halal di masyarakat sangat minim, hanya komponen masyarakat pariwisata dan lapisan masyarakat berpendidikan saja yang mengetahuinya. Sementara yang lainnya, belum dan bahkan tidak tahu sama sekali. Jelas hal ini dapat menjadi kendala dan ancaman dalam pengembangannya. Untuk itu, dampak sosial pengembangan pariwisata halal menjadi penting untuk dianalisis secara lebih mendalam agar akar permasalahannya dapat ditemukan (Jumail & Mahsun, 2018).

Terlepas dari tantangan yang dihadapi, Yogyakarta memiliki peluang yang besar dalam menghadapi tren pariwisata halal ini, tetapi selanjutnya diperlukan penyelarasan antara pemerintah dan masyarakat dalam menyikapi tren pariwisata halal ini. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dampak sosial wisata halal di DaerahIstimewa Yogyakarta terhadap hubungan sikap dan

minat masyarakat terhadap pariwisata halal ditengah peluang dan tantangan yang dihadapi.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam pengembangan pariwisata halal di Yogyakarta, mengidentifikasi pengaruh sikap masyarakat terhadap minat pariwisata halal di Yogyakarta, dan untuk mendeskripsikan pengaruh dampak sosial terhadap minat pariwisata halal di Yogyakarta

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teoretis

2.1.1. Pariwisata Halal

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan pasal 1, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Fatwa Dewan Syariah MUI, 2016).

Pariwisata halal muncul dari kebutuhan wisatawan Muslim untuk berwisata sesuai ajaran agama Islam yakni sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadist. Sehingga, konsep pariwisata halal merupakan aktualisasi dari konsep ke-islaman yakni nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utamanya. Hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus menjadi acuan bagi setiap pelaku pariwisata (Chookaew, Charatarawat, Sriprasert, & Nimpaya, 2015).

2.1.2. Pariwisata dalam Perspektif Al-Quran

Q.S Ali 'Imran Ayat 190

وَلَا يَخْفَىٰ عَلَى اللَّهِ سِرٌّ وَلَا سِرٌّ مِنَ اللَّهِ يُكَلِّمُ مَن يَشَاءُ مِمَّن يَضِلُّ  
 خَلْفَ ظَهْرِهِ لِيُذَكِّرَ الَّذِينَ كَفَرُوا أَنَّهُمْ إِلَىٰ اللَّهِ كَانُوا رَاغِبِينَ  
 وَكَذَٰلِكَ يَخْفَىٰ عَلَى اللَّهِ سِرُّ الَّذِينَ كَفَرُوا أَيُّ عَصْيٍ أَوْ أَكْبَارٍ  
 فَسَوْفَ يَكْفُلُونَ كَفْرَهُمْ وَيُضِلُّ اللَّهُ وَجْهَهُ لِيُكَلِّمَ مَن يَشَاءُ  
 مِمَّن يَضِلُّ خَلْفَ ظَهْرِهِ لِيُذَكِّرَ الَّذِينَ كَفَرُوا أَنَّهُمْ إِلَىٰ اللَّهِ كَانُوا  
 رَاغِبِينَ

Artinya: “Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan pergantian malam dan siang terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berakal”.

Q.S Ali 'Imran Ayat 191

وَالَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ جُلُودًا مَّا مُدَّتْ لَهُمْ وَلَا يَتَذَكَّرْنَ  
 أُولَٰئِكَ سَاءَ لِمَا كَانُوا عَمَلِينَ  
 وَالَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ جُلُودًا مَّا مُدَّتْ لَهُمْ وَلَا يَتَذَكَّرْنَ  
 أُولَٰئِكَ سَاءَ لِمَا كَانُوا عَمَلِينَ  
 وَالَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ جُلُودًا مَّا مُدَّتْ لَهُمْ وَلَا يَتَذَكَّرْنَ  
 أُولَٰئِكَ سَاءَ لِمَا كَانُوا عَمَلِينَ

Artinya: “(yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk atau

dalam keadaan berbaring, dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata), "Ya Tuhan peneiti, tidaklah Engkau menciptakan semua ini sia-sia; Maha Suci Engkau, lindungilah peneiti dari azab neraka."

### 2.1.3. Dampak Sosial

Dampak sosial diartikan oleh Wiryohandoyo (2002:1) sebagai suatu bentuk peradaban manusia akibat adanya perubahan alam, biologis, fisik yang terjadi sepanjang kehidupan manusia. Selain itu perubahan sosial yang terjadi menurut (Djarifah, 2012) merupakan perubahan-perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi masyarakat. Pendapat lain dinyatakan oleh (Wulansari, 2009) bahwa perubahan sosial sebagai segala perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan dalam suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosialnya termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap-sikap, dan pola-pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat.

Dari penjelasan tentang perubahan sosial, dapat dijelaskan pertama tentang dampak sosial menurut (Dwi, 2015), dampak dibagi menjadi dua yaitu dampak primer dan dampak sekunder. Sedangkan lebih jelasnya dalam (Disbudpar Banten, 2013:28) menjelaskan tentang analisis kebijakan dengan beberapa indikator seperti, (1) perubahan sistem sosial, (2) nilai-nilai individu dan kolektif, (3) perilaku hubungan sosial, (4) gaya hidup dan ekspresi mode serta, (5) struktur masyarakat. Sedangkan Fardani (2012:6) menyatakan bahwa dampak sosial adalah sebuah bentuk akibat atau pengaruh yang terjadi karena adanya sesuatu hal. Pengaruh yang dimaksud adalah akibat yang terjadi pada masyarakat, baik karena suatu kejadian itu mempengaruhi masyarakat atau hal lainnya didalam masyarakat.

### 2.1.4. Minat

Depdikbud (2005) minat adalah kecenderungan, gairah dan keinginan hati yang tinggi terhadap sesuatu hal. Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan.

Crow and Crow mengatakan bahwa minat (*Interest*) bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda, atau kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri (Abror, 1993).

Menurut Ariana dan Sudiarta (2006) minat berkunjung ke tempat wisata dipengaruhi oleh:

- a) Keinginan berkunjung ke tempat wisata berdasarkan informasi yang didapat dari media massa
- b) Keinginan berkunjung ke tempat wisata berdasarkan cerita dari keluarga dan sanak saudara
- c) Keinginan berkunjung ke tempat wisata karena ingin tahu langsung mengenai tempat wisata tersebut

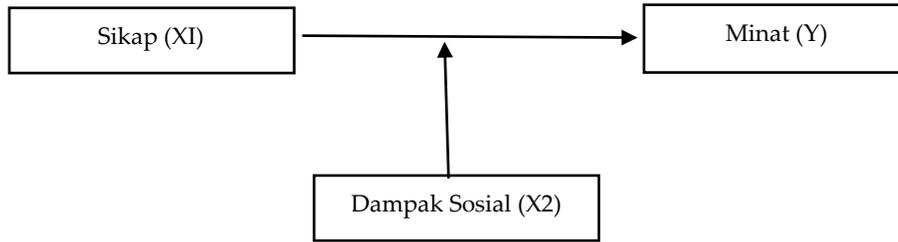
## 2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.  
Penelitian Terdahulu

Judul	Penulis	Tahun	Metode Penelitian	Temuan
Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Rencana Dikembangkannya Wisata Syariah (Halal Tourism) di Provinsi Nusa Tenggara Barat	Adi Permadi dkk	2018	Deskriptif kualitatif	Dari indeks persepsi dan sikap diketahui bahwa masyarakat Nusa Tenggara Barat baik masyarakat umum maupun masyarakat penggiat pariwisata memiliki visi yang sejalan dengan apa yang akan dijalankan oleh pemerintah provinsi NTB, dalam artian bahwa masyarakat NTB menganggap rencana tersebut baik dan bersikap positif terhadap rencana tersebut.
Hukum Islam Sebagai The Living Law dalam Meminimalisasi Dampak Negatif Pariwisata di Pulau Lombok Bagian Utara	Andi Fariana, dkk	2016	Kualitatif	Dampak negatif akibat pengembangan pariwisata dapat diminimalisasi dengan cara masyarakat setempat tetap menjalani ajaran Islam serta memelihara adat dan <i>urf</i> .
Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya di Indonesia	Hendri dkk	2018	Kualitatif	Sektor pariwisata memiliki kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan suatu daerah ataupun negara.
Komodifikasi Pariwisata Halal NTB dalam Promosi Destinasi Wisata Islami di Indonesia	Hafizah Awalia	2017	Kualitatif	Munculnya masyarakat konsumtif di NTB sebagai akibat komodifikasi modal dan dominasi dari para kapitalis.
Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi	Muhammad Djakfar	2017	Kualitatif	Tiga Lembaga, yaitu Disbupar, Kementerian agama, dan MUI bersinergi membangun pariwisata Syariah sesuai dengan peran masing-masing, tetapi masih berupa tekad awal yang perlu membuktikan pembuktian.

Sumber: Data yang diolah, 2019

2.3. Kerangka Teoretis



2.4. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan analisis terhadap teori dan penelitian terdahulu maka dapat ditarik hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

2.4.1. Pengaruh Sikap Masyarakat terhadap Minat Berpariwisata

Pengaruh masyarakat akan pariwisata halal. Jika konsumen mempunyai tanggapan yang positif terhadap obyek wisata, maka ia akan berusaha untuk mengunjungi suatu obyek wisata. Hasil penelitian Salim (2003), Albari dan Liriswati (2004) serta Sigit (2006) menunjukkan bahwa sikap berpengaruh terhadap minat konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Novryani Elisabeth (2017) menghasilkan bahwa sikap masyarakat berpengaruh positif terhadap minat masyarakat berpariwisata. Oleh karena itu, peneliti berasumsi bahwa sikap masyarakat berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk melakukan sesuatu.

*H1: Pengaruh Sikap Masyarakat akan Wisata Halal terhadap Minat Berpariwisata Halal*

2.4.2. Pengaruh Sikap Masyarakat Terhadap Minat Berpariwisata yang Dimoderasi Dampak Sosial

Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil seorang atasan biasanya mempunyai dampak tersendiri baik dampak positif maupun negatif. Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat (Kurnianto, 2017).

*H2: Pengaruh Sikap Masyarakat akan Wisata Halal terhadap Minat Berpariwisata Halal yang Dimoderasi Dampak Sosial*

III. METODOLOGI

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah suatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang berkaitan dengan data berupa angka dan program statistik (wahidmurti, 2017). Jenis metode analisis yang digunakan yakni penelitian regresi linier variabel moderasi (*moderated regression analysis*). Variabel moderasi yang dimaksud berperan sebagai

variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen. Adapun variabel moderasi adalah variabel yang mempunyai pengaruh dan sifat atau arah hubungan antar variabel. Sifat atau arah hubungan antar variabel-variabel independen dengan variabel dependen kemungkinan positif atau negatif tergantung pada variabel moderasi. Oleh karena itu variabel regresi linier variabel moderasi dinamakan pula sebagai *contingency* VARIABEL (Indriantoro, 199: 63-68).

### 3.2. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti (individu/organisasi) dengan cara observasi sendiri baik di lapangan maupun di laboratorium dengan survei atau percobaan (Faradis, et al., 2017). Sedangkan, data sekunder yaitu data yang dikutip atau diperoleh dari sumber lain atau data yang diambil secara tidak langsung karena data telah dikumpulkan oleh pihak lain.

### 3.3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, peneliti memperoleh data melalui wawancara dengan penyebaran kuesioner kepada masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian dilakukan di lima kabupaten pada sepuluh kecamatan, dengan setiap kecamatan terdiri dari lima responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode *rANdom cluster sAMPLing* atau pengambilan data secara acak, namun terdapat pengelompokan jenis responden dari gender dan usia.

### 3.4. Sumber Data

Dalam penelitian ini, data berasal dari proses pengumpulan wawancara dengan penyebaran kuesioner kepada masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. Redaksi pertanyaan wawancara berasal dari Forum Studi Silaturahmi Ekonomi Islam (FoSSEI) Regional Yogyakarta yang telah didiskusikan dengan pakar ekonomi syariah di Yogyakarta. Penelitian ini bersifat bersama, karena dilakukan oleh seluruh KSEI regional Yogyakarta yang terdiri dari 12 KSEI dalam pengambilan data dan memiliki satu tema besar bahasan yang sama. Penelitian dilakukan di lima kabupaten pada sepuluh kecamatan, dengan setiap kecamatan terdiri dari lima responden.

### 3.5. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen yaitu sikap, variabel moderasi yaitu dampak sosial, dan variabel independen berupa minat. Sikap dalam penelitian ini dijadikan sebagai penentu yang paling penting dalam mengukur respon masyarakat Yogyakarta terhadap pariwisata halal, pengukuran berasal dari kuesioner penelitian yang terdiri dari 5 aitem pertanyaan. Dampak sosial sebagai variabel *mmoderating* yang merupakan dampak yang dipersepsikan masyarakat Yogyakarta terhadap pengembangan pariwisata halal yang terdiri dari 11 aitem pertanyaan. Sementara minat masyarakat Yogyakarta untuk mengunjungi destinasi pariwisata halal diukur menggunakan 4 aitem pertanyaan.

### 3.6. Alat Analisis

#### 3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas menurut Sugiyono (2016:177) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item

sama atau diatas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

### 3.6.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat pengukur yang sama (Notoatmojo, 2005). Kategori koefisien reliabilitas (Guilford, 1973) adalah sebagai berikut:

0,80 < r ≤ 1,00 reliabilitas sangat tinggi

0,60 < r ≤ 0,80 reliabilitas tinggi

0,40 < r ≤ 0,60 reliabilitas sedang

0,20 < r ≤ 0,40 reliabilitas rendah

< 0,20 reliabilitas sangat rendah (tidak reliabel)

### 3.6.3. Uji Regresi

Uji analisis regresi adalah uji analisis statistika yang memanfaatkan hubungan antara dua atau lebih peubah kuantitatif sehingga salah satu peubah dapat diramalkan dari peubah lainnya (Kusmiantini, 2010). Uji analisis regresi yang digunakan dilengkapi dengan adanya variabel moderasi. Variabel moderasi adalah variabel ketiga yang mempengaruhi korelasi dua variabel dalam konsep hubungan kasual, jika X adalah variabel predictor dan Y adalah variabel penyebab, maka Z adalah variabel moderasi yang mempengaruhi hubungan kasual dari X dan Y (Widiarso, 2010). Menurut (Liana, Juli 2009) hasil akhir dari uji regresi terdiri dari persamaan regresi yaitu:

$$Y = a + bX_1 + e$$

$$Y = a + bX_1X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

a : Nilai Konstanta

b : Nilai koefisien Variabel

$x_1$  : Variabel Independen 1

$x_2$  : Variabel Independen 2

$X_1X_2$  : Variabel Moderating (interaksi antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$ )

e : Error

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Hasil

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan data berupa data primer yang diambil melalui penyebaran kuesioner. Dalam ilmu statistik pengolahan data primer diawali dengan pengujian terhadap kevalidan pertanyaan kuesioner. Uji ini terdiri dari uji reliabilitas dan validitas. Data dapat dilakukan pengujian ketika sudah lolos dari kedua uji tersebut, karena ketika pengujian dilakukan sedangkan masih terdapat indikator pertanyaan yang tidak lolos uji akan menyebabkan hasil yang tidak berpengaruh. Dapat disimpulkan bahwa kevalidan pertanyaan menjadi indikator pertama untuk pengujian. Berikut hasil uji analisis yang dilakukan peneliti menggunakan software SPSS versi 23.

#### 4.1.1. Uji Reabilitas dan Validitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui kestabilan responden dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner. Ketika responden stabil dalam menjawab pertanyaan, hal tersebut dapat dianalogikan bahwa pertanyaan itu layak untuk dipertanyakan dengan jawaban yang sama. Sedangkan uji validitas merupakan pengujian pada pertanyaan kuesioner untuk mengetahui kevalidan pertanyaan. Apakah pertanyaan tersebut valid atau sesuai dengan realita yang berkembang.

Berdasarkan hasil pengolahan data kuisisioner terhadap 435 responden, ketika dilakukan pengujian, hasilnya menunjukkan bahwa terdapat indikator yang tidak signifikan yaitu indikator variabel moderating; VM4 (Pariwisata halal meningkatkan biaya hidup masyarakat DIY), VM5 (Pariwisata halal memberikan kesempatan pihak asing masuk ke DIY), VM8 (Pariwisata halal meningkatkan kemacetan lalu lintas), dan VM9 (Pariwisata halal meningkatkan kepadatan). Untuk itu peneliti kemudian melakukan uji validitas kembali dengan menghapus indikator yang tidak signifikan tersebut. Setelah dilakukan pengujian ulang, kembali ditemukan indikator yang tidak signifikan yaitu VM7 (Pariwisata halal mempengaruhi gaya hidup masyarakat DIY).

Indikator-indikator yang tidak lolos diatas merupakan indikator yang memiliki dampak negatif terhadap masyarakat. Hal tersebut sejalan dengan hipotesis peneliti bahwa dampak sosial memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan masyarakat, sehingga dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam berpariwisata. Dampak yang muncul dari indikator yang tidak lolos uji tersebut merupakan dampak negatif, dan tidak dikehendaki masyarakat. 9

Peneliti kemudian melakukan pengujian ulang dengan menghapus indikator tersebut, sehingga diperoleh hasil uji sebagai berikut:

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.935	.936	13

Hasil uji realibilitas dapat dilihat di kolom *Cronbach's Alpha* menunjukkan angka sebesar 0,935 hasil tersebut menunjukkan angka >0,8 sehingga uji data kuisisioner dikatakan lolos uji realibilitas (Notoatmojo, 2005). Berikut hasil olah data setiap indikator pertanyaan setelah dilakukan pengujian ulang:

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Sikap1	40.22	30.163	.723	.620	.930
Sikap2	40.20	29.991	.769	.686	.928
Sikap3	40.20	29.904	.745	.611	.929
Sikap4	40.39	30.041	.629	.468	.933
Sikap5	40.18	30.169	.664	.474	.932
Minat1	40.15	30.260	.732	.678	.929
Minat2	40.16	29.929	.776	.750	.928
Minat3	40.15	29.880	.788	.721	.927
Minat4	40.15	30.163	.748	.644	.929
VM1	40.01	30.758	.665	.664	.931
VM2	40.03	31.043	.613	.629	.933
VM3	40.05	31.009	.657	.528	.932
VM6	40.11	30.339	.631	.457	.933

Hasil uji realibilitas dapat dilihat dikolom *Cronbach's Alpha if Item Deleted*, dan hasil uji validitas dapat dilihat dikolom *Corrected Item-Total Correlation*. Tabel diatas menunjukan nilai dari semua indikator dikolom *Cronbach's Alpha if Item Deleted* >0,8 sehingga dapat dikatakan semua indikator pertanyaan lolos uji realibilitas. Sedangkan untuk uji validitas dikatakan lolos jika nilainya >0,3 berdasarkan data diatas nilai yang ada dikolom *Corrected Item-Total Correlation* semua indikatornya menunjukan nilai >0,3 sehingga dapat dikatakan semua indikator pertanyaan lolos uji validitas.

#### 4.1.2. Uji Regresi Variabel Sikap Terhadap Minat

Sebelum mengetahui hasil uji regresi, terlebih dahulu harus melihat nilai koefisien determinasi dengan melihatnya dari tabel dibawah ini dalam kolom Adjusted R Square. Data yang diperoleh dari tabel Adjusted R Square yaitu sebesar 0,585 yang berarti variabel sikap dapat menjelaskan variabel minat sebesar 0,58% dan 41,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 <sup>a</sup>	.586	.585	1.368

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_SIKAP

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh dari sikap terhadap minat dapat dilihat dalam kolom sig. Jika sig menunjukkan hasil <0,5 maka data dikatakan lolos pengujian.

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1147.085	1	1147.085	612.999	.000 <sup>b</sup>
	Residual	810.258	433	1.871		
	Total	1957.343	434			

a. Dependent Variable: TOTAL\_MINAT

b. Predictors: (Constant), TOTAL\_SIKAP

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.117	.420		7.421	.000
	TOTAL_SIKAP	.630	.025	.766	24.759	.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_MINAT

Berdasarkan data yang muncul pada kolom sig diatas yang menunjukan angka 0,000 berarti uji reabilitas tersebut < 0,05 sehingga data dikatakan lolos uji regresi. Pengaruh tersebut dapat dijelaskan dalam rumus persamaan regresi yaitu:

$$Y = a + b_x + Error$$

$$Y = 3,117 + 0,630 + Error$$

Perhitungan diatas berarti ketika ada kenaikan satu kali sikap positif masyarakat terhadap pariwisata halal akan meningkatkan sebanyak 0,630 kali dan ketika tidak ada

sikap sekalipun akan tetap memunculkan minat sebesar 3,117. Hal ini dibuktikan lagi dengan hasil koefisien determinasi yang menunjukkan angka 0,585 yang berarti variabel sikap dapat menjelaskan variabel minat sebesar 58,5%, sedangkan 41,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

#### 4.1.3. Uji Regresi dengan Variabel Moderating

Selanjutnya peneliti mencoba untuk memasukan variabel moderating berupa dampak sosial yang terdiri dari indikator; 1) pariwisata halal membuka peluang kerja bagi masyarakat, 2) pariwisata halal meningkatkan pendapatan penduduk DIY, 3) pariwisata halal membantu berkembangnya sektor usaha lain, 4) pariwisata halal mengurangi kejahatan dan masalah sosial.

##### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 <sup>a</sup>	.604	.602	1.340

a. Predictors: (CONSTANT), ModerAT1, TOTAL\_SIKAP

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1181.556	2	590.778	328.978	.000 <sup>b</sup>
	Residual	775.786	432	1.796		
	Total	1957.343	434			

a. Dependent VARIABLE: TOTAL\_MINAT

b. Predictors: (CONSTANT), ModerAT1, TOTAL\_SIKAP

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.670	.543		8.599	.000
	TOTAL_SIKAP	.364	.066	.443	5.561	.000
	Moderat1	.012	.003	.349	4.381	.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_MINAT

Berdasarkan data yang muncul pada kolom sig diatas yang menunjukan angka 0,000 berarti uji reabilitas tersebut > 0,05 sehingga data dikatakan lolos uji regresi. Pengaruh tersebut dapat dijelaskan dalam rumus persamaan regresi yaitu:

$$Y = a + b_x + Error$$

$$Y = 4,670 + 0,364 + Error$$

Perhitungan diatas berarti ketika ada kenaikan satu kali sikap positif masyarakat terhadap pariwisata halal akan meningkatkan sebanyak 0,364 kali dan ketika tidak ada sikap sekalipun akan tetap memunculkan minat sebesar 4,670. Hal ini dibuktikan lagi dengan hasil koefisien determinasi yang menunjukan angka 0,602 yang berarti variabel sikap dapat menjelaskan variabel minat sebesar 60,2%, sedangkan 39,8% lainnya dijelaskan oleh variabel lain.

## 4.2. Pembahasan

### 4.2.1. Peluang Pariwisata Halal di Daerah Istimewa Yogyakarta

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu daerah tujuan wisatawan yang paling diminati di Indonesia. Wisatawan dapat berasal dari nusantara maupun mancanegara. Selain itu, daerah ini juga ditetapkan menjadi salah satu daerah destinasi wisata halal di Indonesia (Indonesia Muslim Traveler Index, 2018). Hal tersebut ditunjang oleh fasilitas dan infrastruktur yang dimiliki serta hal tersebut dapat mendukung perkembangan pariwisata halal tersebut (Pratiwi, 2016). Oleh sebab itu, tidak heran ketika provinsi ini menjadi salah satu fokus pengembangan pariwisata halal di Indonesia.

### 4.2.2. Tantangan Pariwisata Halal di Daerah Istimewa Yogyakarta

Disamping peluang besar yang dimiliki Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menghadapi tren pariwisata halal, tentunya ada beberapa tantangan yang mengiringi dan harus dihadapi untuk kemudian dibenahi. Tantangan tersebut diantaranya adalah pertama, kurangnya *brANding* secara khusus akan pariwisata halal dimana hal tersebut merupakan sesuatu yang penting agar pariwisata halal itu sendiri memiliki karakter yang kuat ditengah masyarakat.

Tantangan kedua yaitu, masih adanya kesulitan dalam hal regulasi terutama dalam menetapkan standarisasi pelayanan syariah. Sehingga dalam penyelenggaraan pariwisata halal, banyak agen wisata yang juga belum menyediakan paket-paket pariwisata halal yang sesuai dengan standar prinsip syariah. Selain itu, kurangnya sinergitas diantara berbagai *stAkeholder* untuk memenuhi tujuan sosial positif dari pariwisata halal ini.

Munculnya pariwisata halal perlu adanya pengkajian terkait respon masyarakat terhadap minatnya untuk berwisata halal. Pada penelitian ini, peneliti mencoba melihat minat masyarakat terhadap wisata halal dilihat dari sikap masyarakat dalam merespon munculnya wisata halal. Selain itu, peneliti juga mencoba memasukan variabel moderating yaitu dampak sosial yang terdiri dari indikator; 1) pariwisata halal membuka peluang kerja bagi masyarakat, 2) pariwisata halal meningkatkan

pendapatan penduduk DIY, 3) pariwisata halal membantu berkembangnya sektor usaha lain, 4) pariwisata halal meningkatkan biaya hidup masyarakat DIY, 5) pariwisata halal memberikan kesempatan pihak asing masuk ke DIY, 6) pariwisata halal mengurangi kejahatan dan masalah sosial, 7) pariwisata halal memengaruhi gaya hidup masyarakat DIY, 8) pariwisata halal meningkatkan kemacetan lalu lintas, 9) pariwisata halal meningkatkan kepadatan.

Setelah ditelaah kembali ternyata yang mendukung minat adalah dampak positif yaitu; 1) pariwisata halal membuka peluang kerja bagi masyarakat, 2) pariwisata halal meningkatkan pendapatan penduduk DIY, 3) pariwisata halal membantu berkembangnya sektor usaha lain, 4) pariwisata halal mengurangi kejahatan dan masalah sosial. Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya dampak positif dapat meningkatkan minat secara signifikan.

Hasil pengujian data menunjukkan bahwa hipotesa peneliti dapat diterima, di mana sikap masyarakat akan wisata halal berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk berwisata halal. Adanya variabel moderasi berupa dampak sosial juga mendukung hubungan tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa ketika masyarakat merespon positif akan munculnya pariwisata halal tersebut juga akan memunculkan minat masyarakat untuk berwisata. Peningkatan minat masyarakat juga bertambah ketika masyarakat mengetahui dampak sosial yang muncul dari adanya wisata halal.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki potensi tinggi pada pengembangan wisata halal, dengan memfokuskan pada maksimalisasi dampak positif untuk masyarakat. Branding wisata halal melalui pemunculan dampak sosial secara positif akan memberikan respon atau sikap yang positif kepada masyarakat. Sehingga, minat masyarakat akan muncul dan tumbuh, serta pangsa pasar pariwisata halal dari masyarakat DIY menjadi positif, dengan demikian pengembangan wisata halal dapat dioptimalkan. Selain itu, perlu adanya sinergi berbagai *stakeholder* sehingga optimalisasi pengembangan wisata halal dapat memenuhi tujuan sosial positif seperti memenuhi peluang kerja bagi masyarakat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Gheraldin Bella Aviolitasona (2017) didapatkan hasil bahwa sikap masyarakat berpengaruh sangat signifikan terhadap minat berkunjung untuk berpariwisata. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Bories Yasin Abdillah (2016) menghasilkan bahwa dampak sosial memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan masyarakat, sehingga dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam berpariwisata. Oleh karena itu, kesimpulan dari penelitian terdahulu sejalan dengan hipotesis yang dibuat oleh penulis. Sehingga, dapat memperkuat hipotesis yang telah dibuat oleh penulis di awal..

## V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki potensi tinggi pada pengembangan pariwisata halal, dengan

memfokuskan pada maksimalisasi dampak positif untuk masyarakat. Branding wisata halal melalui pemunculan dampak sosial secara positif akan memberikan respon atau sikap yang positif kepada masyarakat. Sehingga, minat masyarakat akan muncul dan tumbuh, serta pangsa pasar pariwisata halal dari masyarakat DIY menjadi positif, dengan demikian pengembangan wisata halal dapat dioptimalkan.

Hasil pengujian data menunjukkan bahwa hipotesa peneliti dapat diterima, di mana sikap masyarakat akan wisata halal berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk berwisata halal. Adanya variabel moderasi berupa dampak sosial juga mendukung hubungan tersebut.

Jadi dapat disimpulkan bahwa ketika masyarakat merespon positif akan munculnya pariwisata halal, hal tersebut juga akan memunculkan minat masyarakat untuk berwisata. Peningkatan minat masyarakat juga bertambah ketika masyarakat mengetahui dampak sosial yang muncul dari adanya wisata halal.

## 5.2. Rekomendasi

Penelitian ini memberikan informasi mengenai pengaruh sikap masyarakat terhadap minat berwisata halal yang didukung oleh variabel moderasi dampak sosial dari pariwisata halal di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang diusulkan peneliti adalah sebagai berikut:

Perlu adanya branding secara khusus terkait pariwisata halal agar semakin dikenal oleh masyarakat umum. Hal tersebut bisa dimulai dengan menggencarkan sertifikasi bagi restoran, travel agen, maupun penginapan syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta yang saat ini jumlahnya masih belum memadai. Hal tersebut sangat penting untuk dilakukan agar pariwisata halal ini memiliki karakter yang kuat ditengah masyarakat.

Untuk kedepannya perlu adanya sinergi berbagai *stakeholder* sehingga optimalisasi pengembangan wisata halal dapat memenuhi tujuan sosial positif seperti memenuhi peluang kerja bagi masyarakat. Baik dari pihak pemerintah maupun masyarakat dan pelaku industri pariwisata itu sendiri.

]Perlu adanya penguatan nilai lokal yang telah ada dalam masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta agar dapat meminimalisir dampak sosial yang mengarah pada hal negatif dari adanya pariwisata halal ini. Para wisatawan cenderung akan membawa kebiasaan dan kultur dari negara asalnya. Namun mestinya para turislah yang harus dapat menyesuaikan diri dengan budaya dan tradisi luhur masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta.

Untuk pelaku pariwisata halal, khususnya agen pariwisata perlu adanya penyediaan paket-paket pariwisata halal yang sesuai standar dalam kuantitas dan variasi yang banyak agar wisatawan yang hendak berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki alternatif pilihan yang beragam.

Pemerintah diharapkan segera menyusun regulasi yang mengatur secara khusus mengenai pariwisata halal agar dalam penyelenggaraan pariwisata halal, para pelaku industri pariwisata halal dapat berpedoman pada regulasi tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abror, Abd Rachman. 1993. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: PT. Tiara Kencana
- Ariana, Nyoman dan I Nyoman Sudiarta. 2006. *Implementasi Marketing Mix Pada Masing-masing Tahap Life Cycle Pariwisata Bali*. Jurnal Manajemen Pariwisata, Desember 2006, Vol 6, No 2.
- Jumail, M., & Mahsun. (2018, Agustus). Dampak Sosial-Budaya Pengembangan Pariwisata Halal Di Pulau Lombok. *Media Bina Ilmiah*, Vol.13, 822.
- Ali, M. ( 2016, Juni). Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produs Atas Produsen Industri Halal. *Jurnal Kementerian Agama Republik Indonesia*, Vol. XVI.
- Chookaew, S., Charatarawat, j., Sriprasert, P., & Nimpaya, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Bussiness AND managemant*, 739-741.
- Dinas Pariwisata DIY. (2017). *Statistik KePariwisataaan 2017*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata DIY.
- Djarifah, N. (2012). *Proses Perubahan Sosial di Masyarakat*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Negeri Yogyakarta.
- Faradis, J., Mutmainah, L., Munadar, A., Aziz, M. K., Harjito, A., & Nurzain, R. A. (2017). *Modul Praktikum Statistika*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sunan Kalijaga.
- Guilford, j. p. (1973). *Fundamental Statistics in psychology And education*. New York: Mc:grawhill.
- Hanafi, R. (2019). *Maskapai Timur Tengah Minati Rute ke Bandara Kulon Progo*. Yogyakarta: detikFinance.
- Indonesia Muslim Traveler Index. (2018). *10 Daerah Destinasi Halal Indonesia*. Jakarta: Kemenpar RI.
- Kemenpar. (2015, Februari 20). *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah*. Jakarta: Kementerian Pariwisata RI. Retrieved from Kemenpar RI: [www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id)
- Kusmiantini. (2010). Handout Analisis Regresi. 2.
- Notoatmojo. (2005). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.