

ANALISIS PENGARUH MEDIA INFORMASI, TINGKAT PENDIDIKAN DAN PENGETAHUAN HALAL TERHADAP PERSEPSI MASYARAKAT MENGENAI PENERAPAN WISATA HALAL (STUDI DI KECAMATAN PAMIJAHAN KABUPATEN BOGOR)

M. Yaya Supriadi¹, Ujang Buchori Muslim², Hasbi Ash Shiddieqy³
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.
¹yayasupriadi11@gmail.com, ²u.buchorimuslim@febi-inais.ac.id, ³hasbi.as@febi-inais.ac.id

ABSTRACT

The potential for halal tourism in Indonesia is quite large, but one of the obstacles to the halal tourism industry in Indonesia is the lack of public understanding regarding government regulations, concepts, as well as the challenges and potential of halal tourism, which is one of the obstacles that causes Indonesian halal tourism to be considered less popular. so that knowledge related to these aspects of halal tourism is needed. The purpose of this study was to analyze the perception of the people of Pamijahan District on the application of halal tourism. This type of research is quantitative with a sample of 66 respondents. The sampling technique used was the Random Sampling technique with the Tabachic & Fidell method. The analytical method used in this study is multiple linear regression analysis using SPSS version 25 software. The results of this study show the effect of perceptions of the application of halal tourism which consists of information media, level of education and knowledge of halal together has real and positive influence. However, it is more dominant that halal knowledge has a significant and positive effect on the perception of the application of halal tourism, with a variable regression coefficient value of 0.807, which means that if halal knowledge increases by one unit, then the perceived value of implementing halal tourism will increase by 0.807. Increasing knowledge and awareness of halal (halal awareness) in the Pamijahan sub-district community can encourage an increase in the development of halal tourism in the region.

Keywords: *Information Media, Education Level, Halal Knowledge, Halal Tourism*

ABSTRAK

Potensi wisata halal di Indonesia sudah cukup besar, tapi salah satu kendala dari industri pariwisata halal di Indonesia adalah kurangnya pemahaman masyarakat terkait peraturan pemerintah, konsep, serta tantangan dan potensi dari wisata halal menjadi salah satu kendala yang menyebabkan wisata halal Indonesia dinilai masih kurang populer, sehingga dibutuhkanlah pengetahuan terkait aspek-aspek wisata halal tersebut. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis persepsi masyarakat Kecamatan Pamijahan terhadap penerapan wisata halal. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dengan jumlah sampel 66 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Random Sampling* dengan metode *Tabachic & Fidell*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan analisis regresi linear berganda (*multi linear regression*) dengan menggunakan *software* SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan

pengaruh persepsi penerapan wisata halal yang terdiri atas media informasi, tingkat pendidikan dan pengetahuan halal secara bersama-sama memiliki pengaruh nyata dan positif. Namun lebih dominan pengetahuan halal yang berpengaruh nyata dan positif terhadap persepsi penerapan wisata halal, dengan nilai koefisien regresi variabel sebesar 0,807 yang artinya jika pengetahuan halal mengalami kenaikan satu satuan, maka nilai persepsi penerapan wisata halal akan naik sebesar 0,807. Peningkatan pengetahuan dan kesadaran halal (*halal awareness*) pada masyarakat kecamatan Pamijahan dapat mendorong peningkatan dalam pengembangan wisata halal di wilayah tersebut.

Kata Kunci: Media Informasi, Tingkat Pendidikan, Pengetahuan Halal, Wisata Halal.

I. PENDAHULUAN

Dewasa ini ekonomi syariah mengalami perkembangan yang pesat dan memiliki peluang yang besar dalam meningkatkan ekonomi dunia. Sektor pada ekonomi syariah yang mengalami peningkatan yang signifikan saat ini adalah sektor Pariwisata halal. Di Indonesia konsep halal sudah dijadikan suatu tren dalam mengembangkan ekonomi syariah, mulai dari fashion halal, kosmetik halal produk makan dan minuman halal, gaya hidup halal (*halal lifestyle*), hingga *halal tourism*. Permintaan produk halal, baik makanan dan minuman, mengalami perkembangan yang semakin meningkat terutama dalam sektor pariwisata halal. Hal ini dibuktikan menurut *State of the Global Islamic Economy Report 2019/2020* menunjukkan nilai kontribusi umat Islam terhadap gaya hidup halal di dunia sebesar USD 2.2 triliun tahun 2018, sedangkan pada sektor pariwisata sebesar USD 189 miliar (Fathoni & Syahputri, 2020: 428).

Wisata halal dari segi industri merupakan produk pelengkap dan tidak menghilangkan jenis pariwisata konvensional. Wisata halal merupakan alternatif baru bagi perkembangan pariwisata di Indonesia yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam dan tetap memegang teguh budaya bangsa tanpa menghilangkan keunikan daerah.

Konsumen wisata halal bukan hanya masyarakat muslim saja tapi masyarakat non-

muslim juga bisa menikmati wisata halal yang menyajikan objek wisata yang menarik. Dengan kata lain wisata halal adalah sektor yg mempunyai potensi yang besar sebab manfaatnya tidak hanya dirasakan oleh wisatawan Muslim, melainkan wisata halal bersifat terbuka bagi seluruh kalangan masyarakat (Jaelani, 2017: 15).

Ditinjau dari potensinya, wisata halal memiliki potensi yang besar, yaitu sekitar 200 juta orang dari berbagai belahan dunia, dan yang berhasil diserap oleh Indonesia menurut *Indonesia Halal Lifestyle Center (IHLC)* hanya mencapai 3 juta orang saja pada tahun 2018. Dan jika melihat dari banyaknya penduduk muslim di Indonesia yang menurut data *Global Religious Future* yang dikutip dari databoks, hampir 87% dari total penduduk Indonesia beragama Islam, dengan penduduk mayoritas muslim tentunya konsep halal di Indonesia sudah menjadi gaya hidup sehari-hari penduduknya, ditambah potensi sumber daya alam yang besar dan objek wisata yang menarik dan bervariasi membuat Indonesia menjadi salah satu negara yang potensial dalam perkembangan industri pariwisata halal. Dengan potensi-potensi itu Indonesia dapat menjadi pasar industri wisata halal terbesar di dunia, Dan ini tentunya akan berkontribusi secara signifikan terhadap ekonomi semua pelaku wisata yang terlibat didalamnya dengan syarat jika wisata halal dapat berkembang secara berkelanjutan (Adinugraha, 2018: 33).

Pada tahun 2019 Indonesia berhasil meraih peringkat pertama wisata halal dunia versi GMTI 2019, bersanding dengan Malaysia dengan total skor sebesar 78. Sementara pada level daerah menurut *Indonesia Muslim Traveler Index* tahun 2019, Provinsi Jawa Barat baru menempati peringkat keenam katagori destinasi pariwisata halal unggulan di Indonesia, berada di bawah Lombok (peringkat 1), Aceh (2), Riau & Kepri (3), Jakarta (4), dan Sumatra Barat (5). Skor penilaian Jawa Barat baru sebesar 52 masih tertinggal 18 poin dari peringkat pertama Lombok dengan Skor 70.

Untuk meningkatkan perkembangan wisata halal diperlukan keterkaitan antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah perihal kebijakan dan regulasi, selain keterkaitan antara pemerintah pusat dan daerah, masyarakat juga ikut andil dalam pengembangan wisata halal di Indonesia. Tapi salah satu kelemahan dari industri pariwisata halal di Indonesia adalah terkait tentang persepsi masyarakat Indonesia yang masih minim dan tabu mengenai pengetahuan tentang wisata halal (*halal tourism*). Masih ada sebagian masyarakat yang beranggapan wisata halal hanya untuk muslim saja dan menganggap wisata halal hanya menyakut ziarah maupun mengunjungi sebuah situs agama, padahal pada kenyataannya wisata halal terbuka untuk semua kalangan (Ma'rifah, Nasor, & Anggraeni, 2020: 28).

I.1. PERTANYAAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan peneliti, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh media informasi terhadap persepsi masyarakat mengenai penerapan wisata halal?
2. Bagaimana pengaruh tingkat pendidikan terhadap persepsi masyarakat mengenai penerapan wisata halal?

3. Bagaimana pengaruh pengetahuan halal terhadap persepsi masyarakat mengenai penerapan wisata halal?
4. Bagaimana pengaruh media informasi, tingkat pendidikan dan pengetahuan halal secara bersama-sama terhadap persepsi masyarakat mengenai penerapan wisata halal?

II. TINJAUAN PUSATAKA

II.1. Media Informasi

Media merupakan bentuk jamak dari kata medium. Pengertian medium sendiri merupakan suatu perantara terjadinya komunikasi dari pengirim kepada penerima. Menurut Basyaruddin dalam (Tafonao, 2018: 104) menjelaskan bahwa media merupakan segala jenis hal yang digunakan untuk proses penyampaian informasi kepada penerima informasi.

Sedangkan definisi informasi adalah data-data yang terkumpul kemudian setelah itu diolah sehingga dapat menjadi bentuk yang lebih berguna bagi si penerima. Ketika tidak ada yang namanya informasi maka suatu sistem tidak akan bisa berjalan dengan semestinya. Tanpa adanya informasi suatu organisasi tidak akan bisa berjalan dan tidak bisa beroperasi (Jogiyanto, 2005: 11).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa media informasi dapat diartikan sebagai alat yang memiliki fungsi mengumpulkan informasi dan menyusun kembali suatu informasi sehingga menjadi bahan yang dapat bermanfaat bagi penerima informasi. Lewat media informasi masyarakat dapat menerima informasi yang ada serta dapat saling berinteraksi satu sama lainnya.

II.2. Tingkat Pendidikan

Pendidikan menurut UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Sedangkan menurut Dr. B. Siswanto Sastrohadiwiryono (2005:199) pendidikan adalah suatu metode dalam meningkatkan pengetahuan, pengertian atau sikap individu sehingga mereka dapat lebih beradaptasi dengan lingkungannya.

II.3. Pengetahuan Halal

Menurut Notoadmodjo dalam Kolid (2012: 23) Pengetahuan adalah hasil dari pengindraan atau hasil tahu dari seseorang terhadap objek dari indra yang dimilikinya. Menurut Gulo (2002: 23) pengetahuan bisa didapatkan dari pengalaman diri atau pun melalui orang lain entah itu secara langsung maupun lewat suatu media, dan apa yang diinformasikan dapat diterima sebagai suatu hal yang dianggap benar.

Kata halal berasal dari bahasa Arab yang memiliki arti “melepaskan” atau “tidak terikat”. Halal secara etimologis dapat dijelaskan sebagai hal-hal yang dibolehkan dan bisa dikerjakan dikarenakan bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya (Girindra, 2006: 12).

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pengetahuan halal adalah hasil temuan informasi yang didapatkan oleh seseorang mengenai konsep halal yang didapatkan melalui pengalaman pribadi ataupun melalui perantara seseorang secara langsung ataupun lewat suatu media informasi yang ada.

II.4. Persepsi

Secara umum persepsi dapat diartikan sebagai suatu proses perolehan, pemilihan, penafsiran serta pengaturan informasi (Sarwono, 2009: 32). Sedangkan dalam KBBI edisi ke-V persepsi diartikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu; serapan. Seseorang yang mengalami suatu proses untuk mengetahui beberapa hal dengan melalui panca inderanya dapat dikatakan sebagai persepsi. Menurut Walgito (2002:70) berpendapat bahwa definisi persepsi merupakan suatu proses yang sebelumnya didahului pengindraan yaitu adalah proses diterimanya stimulus oleh seseorang lewat indra yang dimilikinya atau bisa juga disebut dengan proses sensoris.

Dari definisi-definisi yang telah dijelaskan oleh para ahli di atas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengertian dari persepsi adalah suatu upaya seseorang dalam melihat pendapat, penginterpretasian dan pandangan terhadap suatu informasi yang ada disekelilingnya.

II.5. Wisata Halal

Pariwisata halal dapat didefinisikan sebagai suatu aktivitas yang pada pelaksanaannya didukung oleh fasilitas-fasilitas serta pelayanan yang disediakan oleh pelaku wisata, seperti masyarakat sekitar, pengusaha, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah (Jaelani, 2017: 13).

Menurut Sofyan definisi pariwisata halal memiliki konsep yang lebih luas dibandingkan wisata religi, yaitu wisata yang berlandaskan syariat Islam. Seperti menurut *World Tourism Organization* (WTO), wisatawan yang berkunjung pada objek pariwisata halal bukan hanya umat muslim saja tapi juga non muslim yang tertarik untuk menikmati kearifan lokal serta keindahan alam pada objek wisata (Sofyan, 2013: 50).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata halal adalah suatu kegiatan

wisata yang dalam pelaksanaannya menerapkan nilai-nilai Islam. Menyediakan fasilitas serta pelayanan yang ramah bagi wisatawan muslim seperti tersedianya makanan halal, hotel halal, tersedianya tempat ibadah dan lainnya yang menunjang kegiatan wisatawan muslim dalam berwisata.

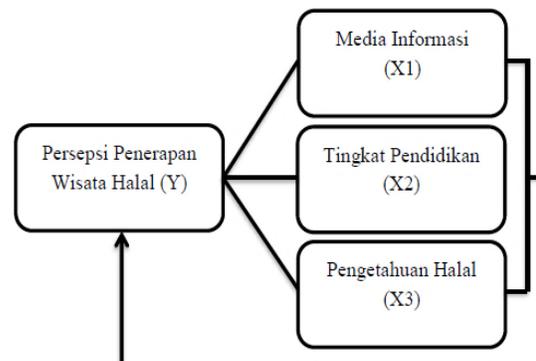
II.6. Indikator Wisata Halal

Menurut *Global Muslim Travel Index* (GMTI) dalam (Sofyan, 2013: 50) menyebutkan setidaknya ada tiga kriteria yang menjadi standar acuan pariwisata halal di dunia, yaitu sebagai berikut:

1. Destinasi yang aman dan ramah bagi keluarga, yaitu mencakup
 - a. Destinasi wisata mesti ramah bagi keluarga
 - b. Keamanan umum untuk wisatawan muslim
 - c. Jumlah kunjungan wisatawan muslim cukup ramai
2. Layanan dan fasilitas destinasi wisata yang ramah bagi muslim
 - a. Pilihan makanan dan minuman serta terjaminnya kehalalan
 - b. Akses untuk beribadah mudah dan baik
 - c. Pelayanan di bandara yang ramah untuk muslim
 - d. Serta alternatif akomodasi yang layak
3. Kesadaran halal dan pemasaran destinasi
 - a. Kemudahan komunikasi
 - b. Jangkauan dan kesadaran kebutuhan seorang muslim
 - c. Konektifitas komunikasi udara
 - d. Serta persyaratan visi.

III. KERANKA BERPIKIR

Gambar 1 Bagan Kerangka Berpikir



Sumber: Data diolah 2021

IV. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang data penelitiannya berupa angka-angka yang mana data tersebut kemudian dianalisis menggunakan analisis statistik. Menurut Sugiyono (2017: 7) menjelaskan bahwa metode kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, metode ini digunakan untuk menganalisis data populasi dan sampel tertentu, yang mana data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian kemudian dianalisis menggunakan analisis statistik untuk tujuan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya.

IV.1. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner adalah teknik atau cara untuk mengumpulkan data dengan cara memberi beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawab, (Sugiyono, 2017: 142). Penggunaan kuesioner dalam penelitian ini yaitu untuk mengumpulkan data yang ditunjukkan kepada

masyarakat yang berada di wilayah Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor sebagai responden. Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan *skla likert* sebagai alat ukur dari variabel penelitian yang ada. Sedangkan teknik pengumpulan data dengan dokumentasi digunakan pada penelitian untuk mencari fakta-fakta sejarah, landasan hukum, serta norma-norma yang berlaku. Subjek penelitian dapat berupa dokumen, peraturan-peraturan, buku-buku, majalah, catatan harian, notulen rapat, hingga benda-benda bersejarah seperti artefak dan sebagainya (Sugiyono, 2017: 240).

IV.2. Sumber Data Penelitian

Data Primer merupakan data yang didapatkan langsung oleh peneliti dari subjek penelitian dilapangan. Dalam penelitian ini data primer diambil menggunakan instrumen penelitian yaitu dengan cara menyebarkan angket (kuesioner) kepada responden yaitu masyarakat Kecamatan Pamijahan.

Data Sekunder merupakan data yang didapatkan dari hasil pengolah pihak kedua, pada penelitian ini data diperoleh dari buku, jurnal dan internet serta data statistik kependudukan dari kecamatan Pamijahan Kabupaten bogor.

IV.3. Lokasi Penelitian Dan Teknik Sampling

Penelitian ini dilakukan di Desa Gunung Bunder, Desa Ciasihan dan Desa Cimayang, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor. Kecamatan Pamijahan dengan luas wilayah 8.088.286 Ha. Secara umum penduduk kecamatan pamijahan hingga akhir November 2017 yang tercatat dalam data sensus penduduk berjumlah 141.923 jiwa. yang tersebar di 15 Desa (Gunung Menyan, Gunung Sari, Gunung Picung, Purwabakti, Ciasmara, Cibitung

Wetan, Cibitung Kulon, Pamijahan, Cimayang, Cibening dan Pasarean.

Untuk menentukan jumlah sampel penelitian maka, pengambilan sampel menggunakan pendekatan *Tabhacic & Fiedell*. Pengambilan sampel dengan teknik *Tabachic & Fiedell* adalah jumlah variable independen dikalikan dengan 10-25 (Ferdinand, 2006: 292).

Dalam penelitian ini ada tiga variabel independen (variabel bebas), sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan berada pada kisaran 30-75. Oleh karena itu, jumlah sampel yang digunakan 66 sampel.

IV.4. Gambaran Umum Kecamatan Pamijahan

1. Kondisi Geografis

Kecamatan Pamijahan yang merupakan salah satu Kecamatan yang berada di wilayah Kabupaten Bogor dengan luas wilayah 8.088.286 Ha, yang terbentang pada hamparan wilayah elevasi antara 200-300 mm/Th diatas permukaan laut (m.dpl)

2. Kondisi Demografis

Secara umum penduduk kecamatan pamijahan hingga akhir November 2019 yang tercatat dalam data sensus penduduk berjumlah 141.923 jiwa. yang tersebar di 15 Desa (Gunung Menyan, Gunung Sari, Gunung Picung, Purwabakti, Ciasmara, Cibitung Wetan, Cibitung Kulon, Pamijahan, Cimayang, Cibening dan Pasarean. Dari jumlah penduduk tersebut yang jumlahnya sebanyak 141.923 jiwa dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 72.789 jiwa atau 51% dan perempuan sebanyak 69.134 jiwa atau 49%. (Kecamatan Pamijahan tahun 2019).

V. HASIL PENELITIAN

V.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh

variabel independen media informasi (X1), tingkat pendidikan (X2) dan pengetahuan halal (X3) terhadap variabel dependen yaitu persepsi wisata halal (Y). Hasil uji dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	0,505	4,718
Media Informasi	,067	,130
Tingkat Pendidikan	,105	,136
Pengetahuan Halal	,807	,158

Sumber: *Output IBM SPSS 25 yang di olah, 2021*

Berdasarkan tabel di atas dapat dibentuk persamaan regresi linear dengan rumus $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$ sebagai berikut: $Y = 0,505 + 0,067X_1 + 0,105X_2 + 0,807X_3 + e$

Interpretasi dari analisis regresi:

1. Konstanta (α) = 0,505 artinya apabila variabel media informasi, tingkat pendidikan dan pengetahuan halal bernilai 0, maka persepsi wisata halal adalah 0,505.
2. Media informasi = 0,067 merupakan nilai koefisien regresi variabel media informasi terhadap persepsi wisata halal artinya jika nilai media informasi naik satu satuan, maka persepsi wisata halal naik sebesar 0,067. Koefisien bernilai positif artinya antara media informasi dan persepsi wisata halal memiliki hubungan positif, peningkatan media informasi akan mengakibatkan peningkatan pada persepsi wisata halal.
3. Tingkat pendidikan = 0,105 merupakan nilai koefisien regresi variabel tingkat pendidikan terhadap persepsi wisata halal artinya jika nilai tingkat pendidikan naik satu satuan, maka persepsi wisata halal naik sebesar 0,105. Koefisien bernilai positif artinya antara tingkat pendidikan dan persepsi wisata halal memiliki hubungan positif, artinya jika ada kenaikan nilai tingkat pendidikan

akan mengakibatkan naiknya persepsi wisata halal.

4. Pengetahuan halal = 0,807 merupakan nilai koefisien regresi variabel pengetahuan halal terhadap persepsi wisata halal artinya jika nilai pengetahuan halal naik satu satuan, maka persepsi wisata halal naik sebesar 0,807. Pengetahuan halal memiliki hubungan positif dengan persepsi wisata halal artinya jika ada kenaikan nilai pengetahuan halal akan mengakibatkan naiknya persepsi wisata halal.

V.2. Hasil Uji Hipotesis

V.2.1. Hasil Uji t (Parsial)

Model	T	Sig.
1 (Constant)	,107	,915
Media Informasi	,517	,607
Tingkat Pendidikan	,770	,444
Pengetahuan Halal	5,094	,000

Sumber: *Output IBM SPSS 25 yang di olah, 2021*

Dari hasil uji parsial pada tabel di atas, pengaruh masing-masing variabel bebas yaitu variabel media informasi, tingkat pendidikan dan pengetahuan halal terhadap variabel terikat persepsi wisata halal masyarakat dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Media Informasi
 Nilai t_{hitung} untuk variabel media informasi sebesar 0,517 dengan nilai t_{tabel} dengan uji dua arah dan $\alpha = 5\%$ (0,05) sebesar 1,997. Hasil uji tersebut menunjukkan nilai t_{hitung} $0,517 < t_{tabel}$ 1,997 dan nilai signifikansi untuk variabel media informasi sebesar $0,607 > 0,05$ dengan demikian keputusannya H_0 diterima H_a ditolak. Artinya variabel media informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi wisata halal.
2. Tingkat Pendidikan
 Nilai t_{hitung} untuk variabel tingkat pendidikan sebesar 0,770 dengan nilai

t_{tabel} dengan uji dua arah dan $\alpha = 5\%$ (0,05) sebesar 1,997. Hasil uji tersebut menunjukkan nilai t_{hitung} 0,770 < t_{tabel} 1,997 dan nilai signifikansi untuk variabel tingkat pendidikan sebesar 0,444 > 0,05 dengan demikian keputusannya H_0 diterima H_a ditolak. Artinya variabel tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi wisata halal.

3. Pengetahuan Halal

Nilai t_{hitung} untuk variabel pengetahuan halal sebesar 5,094 dengan nilai t_{tabel} dengan uji dua arah dan $\alpha = 5\%$ (0,05) sebesar 1,997. Hasil uji tersebut menunjukkan nilai t_{hitung} 5,094 > t_{tabel} 1,997 dan nilai taraf signifikansi untuk variabel pengetahuan halal sebesar 0,000 < 0,05 dengan demikian keputusannya H_0 ditolak H_a diterima. Artinya variabel pengetahuan halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi wisata halal.

Berdasarkan uji t yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa dari tiga variabel independen yang terdiri dari media informasi, tingkat pendidikan dan pengetahuan halal, variabel yang dapat mempengaruhi persepsi wisata halal yaitu variabel pengetahuan halal.

V.2.2. Hasil Uji f (Simultan)

Model	Df	F	Sig.
1 Regression	3	14,049	,000 ^b
Residual	62		
Total	66		

Sumber: Output IBM SPSS 25 yang di olah, 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai f_{hitung} sebesar 14,049, sedangkan nilai dari f_{tabel} distribusi dengan tingkat kesalahan 0,05 adalah sebesar 2,75, yang didapatkan dari $df1 = K-1$ maka $df1 = 4-1 = 3$ dan $df2 = n-K$ maka $66-4 = 62$ (dimanakah K adalah jumlah variabel bebas maupun terikat dan n adalah jumlah

sampel). Karena nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ (14,049 > 2,75) dan besarnya nilai sig 0,000 < 0,05, maka perhitungan tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari media informasi, tingkat pendidikan dan pengetahuan halal secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel dependen persepsi wisata halal. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh positif dan nyata antara variabel media informasi, tingkat pendidikan dan pengetahuan halal dengan persepsi wisata halal masyarakat.

V.2.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,636 ^a	,405	,376

Sumber: Output IBM SPSS 25 yang di olah, 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,405. Hal ini berarti variabel media informasi, tingkat pendidikan dan pengetahuan halal berpengaruh sebesar 40,5% terhadap persepsi masyarakat kecamatan Pamijahan mengenai penerapan wisata halal. Sedangkan sisanya 59,5%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

VI. PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel media informasi, tingkat pendidikan dan pengetahuan halal terhadap persepsi masyarakat kecamatan Pamijahan mengenai penerapan wisata halal.

1. Pengaruh media informasi terhadap persepsi wisata halal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel media informasi tidak

berpengaruh signifikan terhadap persepsi penerapan wisata halal, hal ini ditunjukkan dengan t_{hitung} sebesar $0,517 < t_{tabel}$ sebesar $1,997$ dan tingkat signifikansinya sebesar $0,607 > 0,05$. Nilai koefisien variabel media informasi sebesar $0,067$ artinya jika variabel media informasi mengalami kenaikan satu satuan maka persepsi wisata halal naik sebesar $0,067$ demikian pula sebaliknya. Hal ini dikarenakan pemanfaatan akses media informasi di masyarakat kecamatan Pamijahan masih sangat kurang, dalam penelitian ini responden yang diberikan pernyataan banyak yang tidak mendapatkan informasi mengenai aspek-aspek tentang penerapan wisata halal melalui media informasi dikarenakan kurangnya minat membaca atau melihat suatu fenomena atau berita baik di media elektronik maupun media cetak. Selain itu juga, kurangnya pemanfaatan media informasi dari pemerintah sebagai media sosialisasi untuk memperkenalkan wisata halal kepada masyarakat luas masih sangat kurang, sehingga masyarakat sangat minim dalam menerima informasi-informasi terkait penerapan wisata halal.

2. Pengaruh tingkat pendidikan terhadap persepsi wisata halal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi penerapan wisata halal, hal ini ditunjukkan dengan t_{hitung} sebesar $0,770 < t_{tabel}$ sebesar $1,997$ dan tingkat signifikansinya sebesar $0,444 > 0,05$. Nilai koefisien variabel tingkat pendidikan sebesar $0,105$ artinya jika variabel tingkat pendidikan mengalami kenaikan satu satuan maka nilai persepsi wisata halal naik sebesar $0,105$ demikian pula sebaliknya. Hal ini

dikarenakan responden minim dalam mendapatkan informasi tentang aspek-aspek penerapan wisata halal pada pendidikan yang telah mereka tempuh, ditambah tingkat pendidikan pada masyarakat kecamatan pamijahan yang masih rendah. Responden masyarakat Kecamatan Pamijahan pada pendidikan terakhir yang paling banyak yaitu pada tingkat SMA (Sekolah Menengah Atas) sebesar 45 orang atau 68%, SD sebesar 9 orang atau 14% dan SMP (Sekolah Menengah Pertama) sebesar 4 orang atau 6%.

3. Pengaruh pengetahuan halal terhadap persepsi wisata halal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan halal berpengaruh signifikan terhadap persepsi penerapan wisata halal, hal ini ditunjukkan dengan t_{hitung} sebesar $5,094 > t_{tabel}$ sebesar $1,997$ dan tingkat signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien variabel pengetahuan halal sebesar $0,807$ artinya jika variabel pengetahuan halal mengalami kenaikan satu satuan maka nilai persepsi wisata halal naik sebesar $0,807$ demikian pula sebaliknya. Hal ini dikarenakan mayoritas masyarakat kecamatan Pamijahan beragama Islam, sehingga konsep halal pada masyarakat sudah menjadi gaya hidup sehari-hari, ditambah pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai konsep halal sudah relatif cukup tinggi. Hal itu diperkuat dengan data indeks kepedulian masyarakat muslim terhadap produk halal yang mengalami peningkatan dari 70% meningkat menjadi 92,2% pada tahun 2016-2019 (Nurbaiti, 2019: 3).

VII. PENUTUP

VII.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai “Analisis Pengaruh Media Informasi, Tingkat Pendidikan dan Pengetahuan Halal terhadap Persepsi Wisata Halal” penulis menyimpulkan:

1. Media informasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat kecamatan pamijahan mengenai penerapan wisata halal, hal tersebut dibuktikan oleh hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 0,517 < t_{tabel} 1,997$ dan nilai signifikansi untuk variabel media informasi sebesar $0,607 > 0,05$. Hal tersebut dikarenakan karakteristik responden yang diberikan pernyataan banyak yang tidak mendapatkan informasi mengenai aspek-aspek tentang penerapan wisata halal melalui media informasi seperti media elektronik atau pun media cetak.
2. Tingkat pendidikan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi masyarakat kecamatan pamijahan mengenai penerapan wisata halal, hal tersebut dibuktikan oleh hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 0,770 < t_{tabel} 1,997$ dan nilai signifikansi untuk variabel tingkat pendidikan sebesar $0,444 > 0,05$. Hal tersebut dikarenakan tingkat pendidikan pada masyarakat kecamatan pamijahan yang masih relatif rendah. Responden masyarakat Kecamatan Pamijahan pada pendidikan terakhir yang paling banyak yaitu pada tingkat SMA (Sekolah Menengah Atas) sebanyak 45 orang atau 68%, SD sebanyak 9 orang atau 14% dan SMP (Sekolah Menengah Pertama) sebanyak 4 orang atau 6%.
3. Pengetahuan halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat kecamatan pamijahan mengenai penerapan wisata halal, hal tersebut dibuktikan oleh hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} 5,094 > t_{tabel} 1,997$ dan nilai signifikansi untuk variabel pengetahuan halal sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan konsep halal merupakan dasar dari penerapan wisata halal/*halal tourism* dan juga ditambah mayoritas masyarakat kecamatan Pamijahan beragama Islam, sehingga konsep halal pada masyarakat sudah menjadi gaya hidup sehari-hari penduduknya.
4. Secara simultan menunjukkan bahwa variabel media informasi, tingkat pendidikan dan pengetahuan halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi masyarakat kecamatan Pamijahan mengenai penerapan wisata halal. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil uji f yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai $f_{hitung} 14,049 > f_{tabel} 2,75$ dan besarnya nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$. Adapun nilai *R Square* yang diperoleh adalah sebesar 0,405. Artinya besarnya pengaruh variabel media informasi, tingkat pendidikan dan pengetahuan halal terhadap persepsi wisata halal adalah sebesar 40,5% dan sisanya 59,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar dari model penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat dikemukakan sebagai bahan masukan yang bermanfaat untuk Disbudpar (Dinas Budaya dan Pariwisata) Kabupaten Bogor dan masyarakat Kecamatan Pamijahan:

1. Perlu dilakukannya pemanfaatan potensi dari media informasi seperti media

elektronik dan media cetak sebagai media sosialisasi wisata halal kepada masyarakat agar pengetahuan terkait aspek-aspek penerapan wisata halal dapat lebih tinggi dan masyarakat dapat memiliki persepsi yang positif terkait penerapan wisata halal.

2. Perlu adanya pelatihan kepada masyarakat untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mereka terkait wisata halal. Melibatkan peran aktif masyarakat dalam pengembangan wisata halal dengan cara memberikan pelatihan dalam memandu wisata serta menciptakan pelaku UMKM.
3. Perlu adanya peningkatan terkait pengetahuan halal pada masyarakat agar persepsi masyarakat mengenai wisata halal dapat lebih positif dan dapat membantu mendorong pertumbuhan wisata halal.
4. Saran untuk penelitian selanjutnya untuk melakukan penelitian mengenai persepsi masyarakat mengenai penerapan wisata halal dengan menggunakan variabel lain yang tidak ada dipenelitian ini. Dan untuk data-data yang terkumpul sebaiknya ditambah dengan teknik wawancara agar data yang didapatkan lebih terperinci.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Kadarningsih, A. (2018). Desa Wisata Halal: Konsep Dan Implementasinya Di Indonesia. *HUMAN FALAH: Volume 5. No. 1 Januari – Juni*, 29-48.
- Budiman, M. A., Mairijani, & Nurhidayati. (2019). Persepsi Dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Terhadap Produk Halal. *Politeknik Negeri Banjarmasin*, 184-194.
- Djakfar, H. (2017). *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal di Indonesia*. Malang: UIN-MALIKI PRESS.
- Fathoni, M. A., & Syahputri, T. H. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 428-435.
- Fawaid, A., & Khatimah, J. (2019). Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Wisata Syariah (Halal Tourism) Di Pulau Santen Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal tentang Halal Tourism*, 85-102.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universita Diponegoro.
- Girindra, A. (2006). Menjamin Kehalalan dengan Label Halal. *Perspektif Food Review Indonesia. Volume 1 No 9*, 12-13.
- Huda, N. (2012). Pemahaman Produsen Makanan Tentang Sertifikasi Halal. *Ishraqi, Vol. 10, No. 1, Juni*, 1-13.
- Jaelani, A. (2017). Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and prospects. *MPRA Paper Nomor 76237*, 1-20.
- Jogiyanto. (2005). *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Kusumaningtyas, M., & Lestari, S. (2020). Model, Pengembangan Makanan dan Pariwisata Halal di Indonesia. *Media Mahardika Vol. 19 No. 1 September*, 44-49.
- Ma'rifah, A. N., Nasor, M., & Anggraeni, E. (2020). Tingkat Literasi Pariwisata Halal dan Keputusan Berwisata Pada Wisata Halal (Studi pada Wisatawan Domestik di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Manajemen EMOR (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset) Vol. 3, No. 2*, 16-31.
- Marlina, E. (2019). Pengelolaan Objek Wisata Air Panas Guna Meningkatkan

- Pendapatan Asli Desa (PADes) di Desa Cikupa Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis. *Jurnal Moderat, Volume 5, Nomor 1*, 153-165.
- Noviantoro, K. M., & A. Z. (2020). Prospek Pariwisata Syariah (Halal Tourism): Sebuah Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*, 275-296.
- Nurbaiti. (2019). Perkembangan Minat Masyarakat Pada Produk Halal Dan Label Halal Di Indonesia. *Seminar Nasional Cendekiawan ke 5*, 1411-1418.
- Pitana, I. G., & Diantara, I. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Priyadi, U. (2016). *Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan*. Yogyakarta: UPP STM YKPN.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikolog Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ridwan, M. (2019). Nilai Filosofis halal dalam Ekonomi Syariah. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, 14-29.
- Robbins, S. P. (2015). *Prilaku Organisasi (Organizational Behavior)*, Terj. Ratna Saraswati dan Febriella Sirat Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat.
- Satriana, E. D., & Faridah, H. D. (2018). Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, Dan Tantangan. *Journal of Halal Product and Research (JHPR) Vol. 01 No.02, Mei-November*, 32-43.
- Sofyan, R. (2013). *Bisnis Ekonomi Syariah Mengapa Tidak?* Jakarta: Pt. Gramedia Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surwandono, Nursita, R. D., Diana, R., & Meiliyana, A. (2020). Polemik Kebijakan Wisata Halal di Indonesia serta Tinjauannya dalam Maqashid Syariah. *Journal TSAQAFAH Volume 16, Number 1, May*, 91-108.