



Pengaruh Faktor Pengembangan Destinasi Wisata Terhadap Minat Berwisata Halal di Kota Jambi

Nurrokhim

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: rokhimsaputra899@gmail.com

Titin Agustin Nengsih

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: nengsih@uinjambi.ac.id

M. Taufik Ridho

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: taufik@uinjambi.ac.id

Korespondensi penulis: rokhimsaputra899@gmail.com

Abstract : *Tourism is one of the important sectors for the government to improve the economy of a region. Currently, the development of halal tourism is considered to be a very potential tourism sector development both in socio-economic and cultural conditions for an area or region that indirectly feels the impact both social and economic. Jambi City has many tourist attractions and none of them have officially become halal tourist destinations, to achieve this it is necessary to develop tourist destinations and support from various parties including tourists with an interest in travelling halal. Travel interest is closely related to the state of tourist destinations, both in terms of attractiveness, facilities and access to tourist attractions. Therefore, this study aims to determine and analyse the effect of attraction, amenity and accessibility factors on interest in halal tourism in Jambi City. This study uses a quantitative approach, the data used is primary data obtained through distributing questionnaires, observations, interviews as well as documentation. The number of samples in this study were 384 people using non probability sampling with purposive sampling method technique. The results showed that attractions had a positive and significant effect on interest in halal tourism in Jambi City. Amenity shows that there is a significant positive effect on interest in halal tourism in Jambi City. Accessibility shows that there is a significant positive effect on interest in halal tourism in Jambi City. Attractions, amenity, and accessibility together have a significant effect on interest in halal tourism in Jambi City. This study shows that the contribution of the independent variable to the dependent variable is 67.9% and 32.1% is influenced by other factors that are not part of this study.*

Keywords: *Attraction, Amenity, Accessibility, Halal Travelling Interest*

Abstract: Pariwisata merupakan salah satu sektor penting bagi pemerintah untuk meningkatkan perekonomian suatu daerah. Saat ini pengembangan wisata halal dinilai menjadi pengembangan sektor pariwisata yang sangat potensial baik pada keadaan sosial ekonomi dan budaya bagi sebuah daerah atau wilayah yang secara tidak langsung merasakan adanya dampak baik sosial maupun ekonomi. Kota Jambi memiliki banyak obyek wisata dan belum satupun secara resmi menjadi destinasi wisata halal, untuk mencapai hal tersebut perlu adanya pengembangan destinasi wisata dan dukungan dari berbagai pihak termasuk dari wisatawannya dengan adanya minat untuk berwisata halal. Minat berwisata erat kaitannya dengan keadaan destinasi wisata tujuan, baik dari segi daya tarik, fasilitas dan akses menuju objek wisata. Oleh karena itu, pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor atraksi, amenitas dan aksesibilitas terhadap minat berwisata halal di Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, observasi, wawancara juga dokumentasi. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 384 orang dengan menggunakan *non probability sampling* dengan teknik metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi berpengaruh positif dan

Received Agustus 30, 2023; Revised September 02, 2023; November 01, 2023

* Nurrokhim, rokhimsaputra899@gmail.com

signifikan terhadap minat berwisata halal di Kota Jambi. Amenitas menunjukkan terdapat pengaruh positif signifikan terhadap minat berwisata halal di Kota Jambi. Aksesibilitas menunjukkan terdapat pengaruh positif signifikan terhadap minat berwisata halal di Kota Jambi. Atraksi, amenitas, dan aksesibilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata halal di Kota Jambi. Penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen pada variabel dependen sebesar 67,9% dan 32,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak menjadi bagian pada penelitian ini.

Kata Kunci: Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas, Minat Berwisata Halal

LATAR BELAKANG

Pada tahun 2019, sektor Perjalanan & Pariwisata berkontribusi 10,4% terhadap PDB global. Namun pada tahun 2020 karena pandemi covid 19 yang menyebabkan pembatasan mobilitas, sektor ini mengalami kerugian hampir US\$4,5 triliun hingga mencapai US\$4,7 triliun pada tahun 2020, dengan kontribusi terhadap PDB turun secara mengejutkan sebesar 49,1% dibandingkan tahun 2019, yang relatif terhadap penurunan PDB 3,7% dari ekonomi global pada tahun 2020. Namun seiring waktu dengan pulihnya perekonomian dunia diharapkan sektor ini optimis untuk kembali bangkit karna diprediksi sektor akan terus berkembang. Karna sektor ini mampu menghasilkan investasi \$980 Triliun pada tahun 2019 lalu dan akan terus meningkat hingga tahun 2029 mencapai \$1.400 Triliun.

Sektor ekonomi kreatif dan pariwisata merupakan sektor andalan Indonesia dalam hal penerimaan devisa negara. Bahkan di masa pandemi Covid-19, kontribusi terbesar untuk negara ialah pariwisata yang mencapai 43 miliar dollar AS. Untuk jumlah wisatawan mancanegara, Sandiaga menjelaskan, di 2020 jumlahnya mencapai angka 4,05 juta orang dan menurun di 2021 sebanyak 1,5 juta orang. Nilai devisa sektor pariwisata Indonesia pada tahun 2022 ditargetkan dapat meningkat hingga 1,7 miliar dolar AS atau sekitar 24 miliar rupiah. Begitu juga kontribusi *Product Domestic Bruto* (PDB) pariwisata ditarget meningkat sebesar 4,3 persen.

Tabel 1. 1
Data Devisa dan Kunjungan Wisatawan Mancanegara

No	Tahun	Indikator	Jumlah
1	2017	Devisa	\$ 13,1 miliar
		Kunjungan	14,4 juta
2	2018	Devisa	\$ 16,4 miliar
		Kunjungan	15,81 juta
3	2019	Devisa	\$ 16,9 miliar
		Kunjungan	16,1 juta
4	2020	Devisa	\$ 3,3 miliar
		Kunjungan	4,05 juta
5	2021	Devisa	\$ 0,36 miliar
		Kunjungan	1,55 juta
6	2022	Devisa	\$ 4,26 miliar
		Kunjungan	4,58 juta

Sumber: Badan Pusat Statistik

Dari tabel diatas dapat terlihat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara selama 5 tahun terakhir, terlihat selama tahun 2017 hingga 2019 jumlah kunjungan wisatawan selalu meningkat. Namun pada tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan yang signifikan karena disebabkan pandemi covid 19 yang melanda Indonesia sejak awal tahun 2020 yang lalu dan pada tahun 2022 mulai kembali meningkat.

Saat ini Indonesia menempati peringkat ke-2 dalam daftar 20 besar destinasi wisata Halal dunia berdasarkan Global Islamic Tourism Index (GMTI) 2022. Setelah sebelumnya pada tahun 2021 Indonesia meraih peringkat ke 4.

Tabel 1. 2
20 Besar Destinasi Wisata Halal Dunia

Peringkat	Destinasi	Nilai
1	Malaysia	74
2	Indonesia	70
2	Saudi Arabia	70
2	Turki	70
5	United Arab Emirates	66
6	Qatar	64
7	Iran	63
7	Yordania	63
9	Bahrain	62
9	Singapura	62
9	Uzbekistan	62
12	Brunei Darussalam	61
12	Mesir	61
12	Oman	61
12	Kuwait	61
12	Maroko	61
17	Pakistan	60
17	Tunisia	60
19	Lebanon	56
19	Maladewa	56

Sumber: Global Muslim Travel Index 2022

Indonesia yang sebelumnya menempati peringkat keempat tahun 2021 kini menduduki peringkat kedua setelah Malaysia di peringkat pertama. [Indonesia](#) menjadi negara dengan populasi [muslim](#) terbesar di dunia. Terdapat 231,06 juta penduduk Indonesia yang beragama Islam. Jumlah itu setara dengan 86,7% dari total penduduk Indonesia.

Sedangkan untuk di provinsi Jambi dari total penduduk sebanyak 3,56 juta jiwa pada Juni 2021. Sebesar 3,38 juta jiwa atau 95,07% penduduk di provinsi tersebut memeluk agama Islam.

Tabel 1. 3
Persentase Penduduk Provinsi Jambi Menurut Agama

No	Kabupaten/kota	Agama					
		Islam	Kristen	Katolik	Hindu	Budha	Konghucu
1	Kerinci	99,204 %	0,460%	0,104%	0,003%	0,208%	0,021%
2	Merangin	96,933 %	2,639%	0,278%	0,002%	0,139%	0,009%
3	Sarolangun	95,691 %	2,555%	0,478%	0,001%	1,258%	0,017%
4	Batanghari	98,00%	1,352%	0,356%	0,002%	0,274%	0,008%
5	Muaro Jambi	96,057 %	3,388%	0,320%	0,049%	0,173%	0,013%
6	Tanjab Barat	94,290 %	4,627%	0,474%	0,005%	0,583%	0,021%
7	Tanjab Timur	97,740 %	1,378%	0,601%	0,017%	0,248%	0,016%
8	Bungo	95,533 %	2,473%	0,872%	0,003%	1,101%	0,018%

*PENGARUH FAKTOR PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA TERHADAP
MINAT BERWISATA HALAL DI KOTA JAMBI*

		%					
9	Tebo	97,734 %	1,781%	0,338%	0,001%	0,140%	0,006%
10	Kota Jambi	87,955 %	7,241%	1,199%	0,036%	3,353%	0,216%
11	Kota Sungai Penuh	98,120 %	0,785%	0,485%	0,003%	0,534%	0,073%
Provinsi Jambi		96,117 %	3,252%	0,569%	0,014%	0,995%	0,053%

Sumber: Kementerian Agama Provinsi Jambi

Dari data diatas dapat kita lihat bahwa sebagian besar penduduk Provinsi Jambi memeluk agama Islam. Hal ini tentunya menjadi potensi wisata halal di provinsi Jambi sendiri. Saat ini wisata halal kian familiar, hal tersebut membuat berbagai wilayah di Nusantara berbenah untuk menggencarkan sektor wisatanya. Di Jambi sendiri belum memiliki destinasi wisata halal.

Tabel 1. 4

Data jumlah kunjungan wisatawan di Kota Jambi 2017-2022

Tahun	Jumlah
2017	657.060
2018	872.023
2019	447.295
2020	297.710
2021	270.444
2022	539.669

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Jambi

Dari data di atas terlihat bahwa minat berkunjung wisatawan ke kota Jambi mengalami penurunan, hal tersebut ditandai penurunan jumlah kunjungan wisatawan ke kota Jambi sejak tahun 2019 hingga 2021, apalagi saat maraknya pandemi covid-19 yang membuat mobilitas masyarakat sangat terbatas. Menurunnya minat wisatawan ke kota Jambi menyebabkan kunjungan wisata di kota Jambi juga menurun, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sriyanto dkk, Purwanto dkk, dan Putra dkk, yang menyatakan bahwa minat berkunjung berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung. Semakin tinggi minat berkunjung seseorang, maka akan meningkatkan keputusan untuk melakukan kunjungan. Sebaliknya, semakin rendah minat seseorang untuk berkunjung, maka semakin rendah pula keputusannya untuk berkunjung.

Dari segi atraksi wisata di kota Jambi lebih banyak wisata buatan sedangkan untuk atraksi wisata alamnya sangat terbatas, sehingga referensi wisatawan terhadap wisata alam di kota Jambi sedikit. Hal ini berbeda dengan destinasi wisata di Sumatra Barat yang memiliki berbagai atraksi wisata alam. Fasilitas atau amenities wisata di destinasi wisata kota Jambi kurang terawat, akibatnya banyak fasilitas yang rusak. Sedangkan dari aksesibilitas Masih terbatasnya sarana prasarana/infrastruktur penunjang kepariwisataan. Minimnya infrastruktur terutama dalam hal pencapaian menuju lokasi wisata kurang dapat diakomodir oleh sistem transportasi yang ada, khususnya angkutan umum yang dapat langsung menuju lokasi obyek wisata. Hambatan yang masih menjadi kendala dalam mempersiapkan destinasi wisata halal yaitu kesadaran dan minat dari pemangku kepentingan untuk mengembangkan wisata halal yang belum terbangun. Hal ini dapat dilihat dari potensi wisata halal di Provinsi Jambi. Namun, belum banyak mendapat perhatian dari pemerintah atau pelaku usaha di bidang industri. Serta belum terdapat regulasi atau kebijakan khusus melalui peraturan daerah mengenai pengembangan wisata halal. Hingga kini terkait wisata halal masih dinaungi oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jambi. Selain itu pengetahuan masyarakat mengenai wisata halal juga harus ditingkatkan, karena masih menganggap wisata halal sama seperti umroh

haji dan kegiatan wisata religi lainnya. Mengenai pengembangan dan konsep wisata halal, belum ada peraturan atau kebijakan khusus mengenai pengembangan wisata halal.

KAJIAN TEORITIS

1. Wisata Halal

Banyak sekali istilah wisata yang berbasis agama di antaranya wisata halal, wisata islami, wisata religi. Ketiganya mempunyai konsep yang sama tetapi memiliki cakupan yang berbeda. Wisata religi diartikan sebagai perjalanan untuk mengunjungi tempat-tempat religi seperti seni, budaya, tradisi dan arsitektur yang dapat dijadikan sebagai pengingat keesaan Allah. Contohnya menunaikan ibadah haji ke Mekkah. Wisata Islami lebih berfokus pada banyak topik yang berbeda seperti: partisipasi wisatawan muslim di tempat dan tujuan wisata, produk (akomodasi, makanan, hiburan, minuman, dan lain-lain). Wisata halal dianggap sebagai subkategori wisata religi yang lahir dari konsep wisata religi. Kata halal berasal dari bahasa Arab *halla*, *yahillu*, *hillan*, *wahalalan* yang berarti: diperbolehkan, diterima, diperbolehkan dan/atau diizinkan. mencakup semua aspek kehidupan seorang Muslim.

Dalil-dalil terkait wisata halal dapat dilihat dalam ayat-ayat Al-Qur'an berikut:

Artinya: Dan Kami jadikan antara mereka (penduduk Saba') dan negeri-negeri yang Kami berkahi (Syam), beberapa negeri yang berdekatan dan Kami tetapkan antara negeri-negeri itu (jarak-jarak) perjalanan. Berjalanlah kamu di negeri-negeri itu pada malam dan siang hari dengan aman. (Surat Al-Saba : 18).

Selain ayat Al-Qur'an tersebut, pernyataan terkait wisata halal yang juga dapat ditemukan dalam beberapa hadits, di antaranya: hadits yang diriwayatkan oleh Ibrahim Abu Isma'il As-Saksaki dimana Rasulullah SAW bersabda: *Aku mendengar Abu Burda yang menemani Yazid bin Abi Kabsha dalam sebuah perjalanan. Yazid biasa menjalankan puasa dalam perjalanan. Abu Burda berkata kepadanya, "Saya mendengar Abu Musa beberapa kali mengatakan bahwa Rasul Allah berkata, ketika seorang budak jatuh sakit atau bepergian, maka ia akan mendapatkan kembali serupa dengan yang dia dapatkan untuk perbuatan baik yang dilakukan ketika dalam keadaan sehat."* (Sahih al-Bukhari: Vol. 4, Buku 52, Hadist 239).

Terdapat empat indikator wisata halal yang digunakan oleh *Global Muslim Travel Index* (GMTI) dalam penilaian wisata halal dunia. Pertama, *access* (akses) merupakan adalah suatu ukuran potensial atau kemudahan orang untuk mencapai tujuan dalam suatu perjalanan. *Access* (Akses) terdiri dari Persyaratan Visa, Konektivitas, dan Infrastruktur Transportasi. Kedua, *communications* (komunikasi) merupakan suatu proses menciptakan dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Dalam pariwisata komunikasi merupakan suatu aktivitas manusia dalam menyampaikan informasi tentang perjalanan ke suatu daerah maupun objek wisata yang akan dikunjungi wisatawan. Komunikasi terdiri dari tujuan pemasaran, kemahiran berkomunikasi, dan kesadaran *stakeholder*. Dalam wisata halal komunikasi sangat penting menyangkut informasi yang dibutuhkan wisatawan, oleh karena itu komunikasi dijadikan salah satu indikator dalam menentukan wisata halal dunia. Ketiga, *environment* (lingkungan) merupakan segala sesuatu yang ada pada setiap makhluk hidup atau organisme dan berpengaruh pada kehidupannya. Lingkungan yang mendukung bagi wisata halal tentunya lingkungan yang membuat wisatawan merasa nyaman dengan fasilitas yang sudah tersedia. Indikator lingkungan meliputi keamanan, kepercayaan, iklim, kedatangan pengunjung, dan keberlanjutan. Keempat *services* (pelayanan), layanan wisata adalah kegiatan yang bertujuan memberikan kemudahan, kenyamanan, atau keselamatan kepada pengunjung selama tinggal dan dalam setiap acara kunjungannya di kawasan pelestarian. Pelayanan meliputi kebutuhan inti (makanan halal dan fasilitas sholat), layanan inti (hotel dan bandara), serta pengalaman unik yang ditemukan pengunjung selama di tempat tujuan. Sedangkan menurut Nomor Fatwa DSNMUI: 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman untuk mengatur pariwisata berdasarkan prinsip syariah indikator wisata halal terdiri dari penginapan/hotel syariah, destinasi wisata, spa dan sauna, biro perjalanan wisata, dan pemandu wisata.

Tabel 2.1
Perbedaan Wisata Konvensional, Religi dan Halal

No	Unsur	Konvensional	Religi	Halal
1	Objek	Alam, warisan budaya, kuliner	Peninggalan sejarah, tempat ibadah	Semua
2	Tujuan	Hiburan	Menambah rasa spiritual	Meningkatkan rasa religiusitas dengan menghibur
3	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, untuk menghibur semata	Aspek spiritual menenangkan jiwa, mencari ketentraman batin semata	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta Menumbuhkan kesadaran beragama
4	Pemandu Wisata	Paham dan menguasai objek wisata agar wisatawan tertarik	Mengetahui dan paham sejarah tentang lokasi dan tokoh objek wisata	Membangkitkan spirit religi wisatawan dan menjelaskan fungsi dan peran kebahagiaan rohani dalam konteks Islam
5	Fasilitas Ibadah	Hanya pelengkap	Hanya pelengkap	Menjadi satu bagian dengan destinasi wisata, serta ritual dalam beribadah menjadi paket hiburan
6	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik dengan sertifikasi halal
7	Relasi dengan masyarakat di lingkungan objek wisata	Komplekmenter dan sekekar untuk mendapatkan keuntungan	Komplekmenter dan hanya untuk mendapatkan keuntungan	Terintegrasi, interaksi berdasarkan prinsip Islam
8	Agenda perjalanan	Tidak memperhatikan waktu	Peduli dengan waktu	Waktu perjalanan sangat diperhatikan

2. Atribut Produk Wisata

Atribut pariwisata adalah segala fasilitas sarana dan prasarana yang diperoleh dan dinikmati wisatawan semenjak berangkat meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke tujuan wisata, hingga kembali pulang. Atribut produk wisata terdapat 3 aspek, yaitu daya tarik wisata (atraksi), fasilitas wisata (amenitas) dan kemudahan mencapai tujuan destinasi wisata (aksesibilitas).

a. Atraksi Wisata

Atraksi wisata adalah sebagai segala sesuatu (daya tarik keindahan alam, pantai, atraksi wisata budaya, kebiasaan dan cara hidup masyarakat, keunikan alam dan budaya, atraksi-atraksi seni, pertemuan ilmiah, dagang, dan sebagainya) yang menarik wisatawan untuk datang ke suatu daerah tujuan wisata. Atraksi merupakan sesuatu yang menjadi daya tarik dan dapat membuat wisatawan terkesan yang berupa rasa puas, rasa nyaman, dan rasa nikmat pada wisatawan yang melihatnya atau melaksanakannya. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keindahan, yang bernilai, memiliki keunikan, baik dalam kekayaan alam, budaya maupun hasil buatan manusia yang menjadi faktor daya tarik dan menjadi tujuan wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik wisata harus memiliki tiga unsur yaitu: 1) *Something to see* (sesuatu yang dapat dilihat), seperti keindahan/keunikan alam, bangunan sejarah, kesenian/budaya setempat; 2) *Something to do* (sesuatu yang dapat dilakukan), seperti naik sampan, mencoba makanan tradisional, menari dengan penari lokal dan lain-lain; dan 3) *Something to buy* (sesuatu yang dapat dibeli), untuk memenuhi kebutuhan wisatawan untuk belanja. Atraksi merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan, atraksi merupakan modal utama (tourism resources) atau sumber dari kepariwisataan. Terdapat 3 komponen yang merupakan daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata:

1. Obyek wisata alam, (pantai, danau, air terjun, taman nasional, dsb).

2. Objek wisata buatan, (rumah tradisional dan bangunan modern)
3. Atraksi wisata budaya, (bangunan bersejarah, cerita rakyat, tarian tradisional)

b. Amenitas Wisata

Amenitas merupakan berbagai fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi para wisatawan selama mereka melakukan perjalanan wisata disuatu daerah tujuan wisata. Fasilitas pariwisata terdiri dari akomodasi, restoran, tempat ibadah, transportasi, tempat parkir serta sarana lain seperti Souvenir shop, penyediaan air dan sarana toilet. Akomodasi adalah sarana untuk menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya. Sarana kepariwisataan dapat dibagi menjadi 3 bagian yaitu: Sarana pokok, Pelengkap, dan Penunjang Kepariwisataan

c. Aksesibilitas Wisata

Aksesibilitas pariwisata adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari daerah asal wisatawan menuju ke destinasi wisata maupun pergerakan di dalam wilayah destinasi wisata dalam kaitannya dengan motivasi kunjungan. Aksesibilitas adalah kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata melalui transportasi. Persyaratan aksesibilitas terdiri dari akses informasi dimana fasilitas harus mudah ditemukan dan mudah dicapai, harus memiliki akses kondisi jalan yang dapat dilalui dan sampai ke tempat obyek wisata serta harus ada akhir tempat suatu perjalanan.

3. Minat Berwisata

Minat adalah dorongan atau rangsangan internal yang memotivasi tindakan, dimana dorongan dipengaruhi oleh stimulus dan perasan positif akan produk atau jasa. Minat bisa diartikan sebagai kecenderungan jiwa yang relatif menetap kepada diri seseorang dan biasanya dengan perasaan senang. Minat menjadi awal dari keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk, setelah menyadari dan mengetahui adanya produk di pasar. Minat berwisata adalah dorongan dari dalam diri konsumen berupa keinginan untuk mengunjungi suatu tempat atau wilayah yang menarik perhatian seseorang faktor-faktor antara lain daya tarik wisata (atraksi), aksesibilitas, tarif, fasilitas, dan informasi.

1. Theory Of Planned Behavior

Theory of Reasoned Action (TRA) yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1967, *Theory of reasoned action* merupakan suatu model yang digunakan untuk memprediksi minat dan perilaku. Menurut *theory of reasoned action* perilaku (*behavior*) seseorang tergantung pada minatnya (*intention*), sedangkan minat untuk berperilaku sangat tergantung pada sikap. Pada tahun 1988, hal lain ditambahkan pada model *reasoned action* yang sudah ada tersebut dan kemudian dinamai *Theory of Planned Behavior* (TPB), untuk mengatasi kekurangan yang ditemukan oleh Ajzen dan Fishbein melalui penelitian-penelitian mereka dengan menggunakan TRA.

Theory of Planned Behavior didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk yang rasional dan menggunakan informasi-informasi yang mungkin baginya, secara sistematis. Orang memikirkan implikasi dari tindakan mereka sebelum mereka memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) di dasarkan pada asumsi bahwa perilaku, atau niat untuk bertindak dengan cara tertentu, ditentukan oleh sikap seseorang terhadap perilaku, norma subjektif, dan kendali perilaku yang dirasakan. Minat dan perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor internal individu dan faktor eksternal (lingkungan sosial). Faktor internal individual tercermin dari sikap seseorang, sedangkan faktor eksternal tercermin dari pengaruh orang lain (norma subjektif) terhadap perilaku. Teori ini dapat digunakan untuk mengasumsikan perilaku individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu atau sebaliknya. *Theory of Planned Behavior* menggunakan tiga konstruk sebagai anteseden dari intensi, yaitu sikap kita terhadap perilaku tersebut, norma subjektif, dan perasaan kita mengenai kemampuan mengontrol segala sesuatu yang mempengaruhi apabila hendak melakukan perilaku tersebut.

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis

penelitian yang menggunakan data statistik berbentuk angk-angka, baik secara langsung digali dari hasil penelitian maupun hasil pengolahan data

B. Jenis dan Sumber Data

Data primer diperoleh dengan menggunakan angket atau kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan jawaban.

Data sekunder berasal dari jurnal, artikel, buku-buku yang relevan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke kota Jambi dan Sampel yang didapatkan dengan menggunakan rumus Lemeshow dalah sebanyak 384 sampel.

D. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data

Metode analisis data adalah suatu pendekatan untuk mengumpulkan informasi yang diharapkan dapat menjawab perincian masalah penelitian. Untuk sebagian besar, metode pengumpulan informasi dapat menggunakan strategi kuesioner (angket), dokumentasi, wawancara, observasi.

HASIL PENELITIAN

a. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas yaitu validitas Atraksi (X1), Amesitas (X2), Aksesibilitas (X3), dan Minat Berwisata Halal (Y1) diperoleh hasil r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh pernyataan kuesioner Rhitung lebih besar dari R_{tabel} 0,349 dalam penelitian ini adalah valid selaras dengan rumus $r_{hitung} > r_{tabel} = valid$.

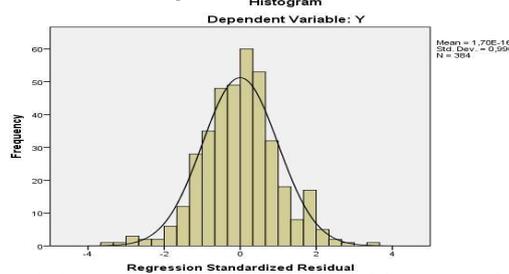
b. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa, *Cronbach's Alpha* untuk variabel atraksi terdapat 9 pernyataan, variabel amenitas terdapat 8 pernyataan, variabel aksesibilitas terdapat 13 pernyataan, dan variabel minat berwisata halal terdapat 11 pernyataan. Setiap masing-masing pernyataan dari variabel lebih besar dari 0,6 (>0,6). Sehingga dapat disimpulkan hasil uji reliabilitas pada tabel. 4.5 bahwa atraksi (X1), amenitas (X2), aksesibilitas (X3), dan minat berwisata halal (Y) dinyatakan reliabel atau handal.

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Gambar 4. 1
Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan hasil uji grafik histogram diatas dapat terlihat garis berpusat ke titik nol (0), atau pola tidak melenceng ke kiri ataupun ke kanan, sehingga memberikan kesimpulan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 1
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a				T	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta			Tolerance	VIF
	B	Std. Error						

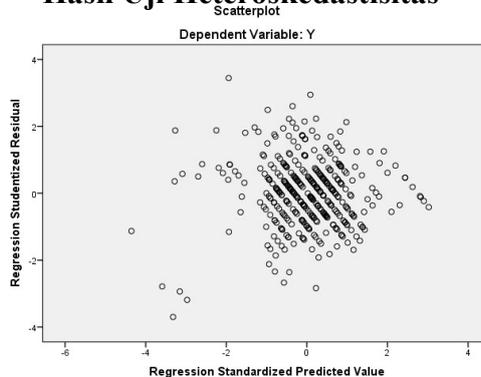
(Constant)	24,051	,766		31,405	<,001	,827	1,209
1 Atraksi	,152	,018	,274	8,608	<,001	,813	1,231
Amenitas	,325	,019	,540	16,795	<,001	,849	1,179
Aksesibilitas	,133	,016	,261	8,312	<,001		

a. Dependent Variable: Minat Berwisata Halal

Hasil uji multikolinearitas pada tabel. 4.11 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* pada variabel atraksi adalah sebesar 0,827, variabel amenitas sebesar 0,813, dan variabel aksesibilitas sebesar 0,849 > 0,10. Sedangkan nilai VIF pada variabel atraksi sebesar 1,209, variabel amenitas sebesar 1,231, dan variabel aksesibilitas 1,179 < 10,00. Berdasarkan penilaian pada tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel atraksi, amenitas dan aksesibilitas terhadap minat berwisata halal.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4. 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan pada gambar 4.9 dapat diketahui bahwa data penyebaran di atas dan di bawah atau disekitar angka nol, titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, dan penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola tertentu (bergelombang, menyebar kemudian menyusut). Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

2. Hasil Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,051	,766		31,405	<,001
	Atraksi	,152	,018		8,608	<,001
	Amenitas	,325	,019	,274	16,795	<,001
	Aksesibilitas	,133	,016	,540	8,312	<,001
			,261			
a. Dependent Variable: Minat Berwisata Halal						

Tabel 4. 2
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar 24,051, sedangkan untuk atraksi (nilai β) sebesar 0,152, amenitas (nilai β) 0,325, dan aksesibilitas 0,133. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = (24,051) + 0,152X_1 + 0,325X_2 + 0,133X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta positif menunjukkan bahwa variabel atraksi, amenitas dan aksesibilitas jika

- nilainya nol, maka tingkat minat berwisata halal sebesar nilai konstanta tersebut.
- b. Nilai koefisien atraksi adalah positif. Artinya bahwa setiap peningkatan atraksi sebesar satu kali maka minat berwisata halal meningkat sebesar nilai tersebut.
 - c. Nilai koefisien amenitas adalah positif. Artinya bahwa setiap peningkatan amenitas sebesar satu kali maka minat berwisata halal meningkat sebesar nilai tersebut.
 - d. Nilai koefisien aksesibilitas adalah positif. Artinya bahwa setiap peningkatan aksesibilitas sebesar satu kali maka minat berwisata halal meningkat sebesar nilai tersebut.
- b. Uji T**

Tabel 4. 3
Hasil Uji T

Coefficients^a						
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,051	,766		31,405	<,001
	Atraksi	,152	,018	,274	8,608	<,001
	Amenitas	,325	,019	,540	16,795	<,001
	Aksesibilitas	,133	,016	,261	8,312	<,001

a. Dependent Variable: Minat Berwisata Halal

$$T_{\text{tabel}} = a(n-k+1) = 0,05(384-3+1) = 0,05(382) = 1,966$$

Berdasarkan hasil uji t yang diolah di SPSS dapat dilihat pada tabel 4.6 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 ditemukan bahwa variabel atraksi nilai $t_{\text{hitung}}(8,608) > t_{\text{tabel}}(1,966)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 (H_{a1}) diterima dan hipotesis 0 (H_{01}) ditolak. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara atraksi terhadap minat berwisata halal.
- 2) Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 ditemukan bahwa variabel amenitas nilai $t_{\text{hitung}}(16,795) > t_{\text{tabel}}(1,966)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 (H_{a2}) diterima dan hipotesis 0 (H_{02}) ditolak. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara amenitas terhadap minat berwisata halal.
- 3) Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 ditemukan bahwa variabel aksesibilitas nilai $t_{\text{hitung}}(8,312) > t_{\text{tabel}}(1,966)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 (H_{a3}) diterima dan hipotesis 0 (H_{03}) ditolak. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara aksesibilitas terhadap minat berwisata halal.

c. Uji F

Tabel 4. 4
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2861,315	3	953,772	270,576	,000 ^b
Residual	1339,490	380	3,525		
Total	4200,804	383			

a. Dependent Variable: Minat Berwisata Halal

b. Predictors: (Constant), Aksesibilitas, Atraksi, Amenitas

Selain dilihat pada sig, uji F juga dapat di lihat dari hasil hitung F_{tabel} dan F_{hitung} , pada penelitian ini F_{tabel} adalah sebagai berikut:

$$F_{\text{tabel}} = a(n-k-1) = 0,05(384-3-1) = 0,05(380) = 1,966$$

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.14 dapat diketahui nilai signifikansi untuk atraksi (X1), amenitas (X2) dan aksesibilitas (X3) secara simultan terhadap minat berwisata halal (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{\text{hitung}}(270,576) > F_{\text{tabel}}(1,966)$. Maka dapat

disimpulkan bahwa hipotesis 4 (H_{a4}) diterima dan hipotesis 0 (H_{04}) ditolak, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara atraksi, amenities dan aksesibilitas terhadap minat berwisata halal.

d. Uji Determinasi R Square

Tabel 4. 5
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,825 ^a	,681	,679	1,877	1,809

Data tabel 4.15
 a. Predictors: (Constant), Aksesibilitas, Atraksi, Amenitas
 b. Dependent Variable: Minat Berwisata Halal

diatas menunjukkan hasil nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,679. Hal ini memberikan gambaran bahwa kontribusi variabel independen pada variabel dependen sebesar 67,9% dan 32,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Atraksi Terhadap Minat Berwisata Halal di Kota Jambi

Berdasarkan hasil uji t didapatkan bahwa hasil bahwa atraksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwisata halal. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai dari t_{hitung} (8,608) > t_{tabel} (1,966) dan nilai Sig 0,001 < 0,05, yang artinya bahwa hipotesis 1 (H_{a1}) diterima dan hipotesis 0 (H_{01}) ditolak. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel atraksi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berwisata halal. Hal ini didasarkan karena pariwisata di kota Jambi memiliki daya tarik alam, daya tarik bangunan, daya tarik budaya dan daya tarik sosial, yang dapat dikembangkan sehingga mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.

Atraksi atau daya tarik wisata istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Hal ini selaras dengan penjelasan dari UU No. 10 tahun 2009, pengertian atraksi atau daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Daya tarik wisata merupakan fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi. Daya tarik wisata sebagai penggerak utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Semakin baik atraksi wisata maka akan semakin menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Berdasarkan temuan di lapangan responden mengunjungi suatu destinasi wisata karena tempatnya yang bagus dan nyaman untuk bersantai seperti hutan kota, taman remaja, atau danau sipin. Alasan lainnya karena tertarik dengan bentuk bangunan yang unik dan menarik seperti destinasi wisata religi masjid Al Falah dan jembatan pedestrian Gentala Arasy. Dari temuan di atas dapat diketahui bahwa atraksi merupakan salah satu alasan seseorang untuk mengunjungi destinasi wisata di Kota Jambi. Kelemahan atraksi wisata di Kota Jambi adalah keberadaan wisata alam yang sangat sedikit dan lebih didominasi wisata buatan sehingga wisatawan tidak mempunyai banyak pilihan jika ingin menikmati wisata alam di Kota Jambi. Kota Jambi memiliki atraksi wisata yang banyak dibanding daerah kabupaten/kota lain di Provinsi Jambi. Namun kondisi atraksi wisata belum dapat dimanfaatkan secara maksimal. Dengan kondisi ini pemerintah Kota Jambi bersama pengelola destinasi wisata hendaknya bekerja sama untuk memanfaatkan potensi wisata dengan baik, sehingga atraksi wisata di Kota Jambi dapat meningkatkan minat wisatawan berkunjung.

2. Pengaruh Amenitas Terhadap Minat Berwisata Halal di Kota Jambi

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa variabel amenities nilai t_{hitung} (16,795) > t_{tabel} (1,966) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 (H_{a2}) diterima dan hipotesis 0 (H_{02}) ditolak. Artinya terdapat pengaruh positif dan

signifikan secara parsial antara amenitas terhadap minat berwisata halal. Dapat diartikan bahwa amenitas mempengaruhi minat wisatawan berwisata halal di Kota Jambi.

Amenitas adalah segala sesuatu yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang bertempat tinggal di suatu kawasan tujuan wisata yang dikunjunginya untuk sementara waktu, dimana mereka dapat menikmati dan ikut serta dalam kegiatan di kawasan tujuan wisata tersebut dengan tenang dan nyaman. Amenitas merupakan layanan yang saling melengkapi daya tarik wisata utama. Tidak adanya atau buruknya pelayanan pada destinasi wisata dapat menurunkan minat wisatawan, sehingga sangat penting untuk memperhatikan pemberian pelayanan pada destinasi wisata.

Amenitas sebagai istilah fasilitas dalam bentuk barang atau jasa yang mempunyai nilai kegunaan dan sangat bermanfaat bagi wisatawan yang berkunjung. Pada dasarnya fasilitas dalam perusahaan jasa menjadi faktor penentu pilihan masyarakat untuk mengunjungi destinasi wisata. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan Kota Jambi memiliki fasilitas wisata halal yang cukup lengkap seperti adanya penginapan hotel syariah, restoran dengan sajian makanan dan minuman halal, tersedia jaringan listrik dan jaringan telekomunikasi, adanya fasilitas pusat berbelanja, setiap destinasi wisata memiliki area parkir yang aman, mushola, serta toilet. Berdasarkan keterangan responden, mereka berkunjung ke Gentala Arasy karena ingin bersantai dan menikmati jajanan kuliner di sekitar lokasi wisata, responden lainnya menyatakan mereka berkunjung ke Hutan Kota Muhammad Sabki karena memiliki suasana yang adem dan fasilitas pendopo yang cukup luas. Fasilitas tersebut tidak jarang digunakan para pengunjung untuk mengadakan *gathering* atau acara-acara pertemuan baik dari kalangan mahasiswa maupun masyarakat umum. Sehingga dapat dinyatakan bahwa amenitas wisata di Kota Jambi mampu menarik minat wisatawan berkunjung. Namun meskipun fasilitas yang baik tersebut mampu menarik minat berwisata, tetapi masih terdapat beberapa kekurangan seperti kebersihan lingkungan destinasi wisata yang kurang terjaga dan pemeliharaan fasilitas yang minim sehingga menyebabkan fasilitas cepat rusak dan kurang terawat.

Sehubungan dengan hasil penelitian ini, diharapkan para pemangku kepentingan dan pengelola pariwisata di Kota Jambi perlu memperhatikan faktor-faktor amenitas wisata dalam upaya menjaga kondisi destinasi wisata dan menarik minat masyarakat untuk berwisata. Dimana faktor-faktor tersebut diantara yaitu:

- 1) Amenitas utama, merupakan fasilitas yang sangat dibutuhkan pengunjung ketika berada di suatu objek wisata. Fasilitas ini terdiri dari kebersihan, kenyamanan, dan keindahan.
- 2) Amenitas pendukung, merupakan sarana pelengkap fasilitas utama sehingga wisatawan merasa betah. Fasilitas ini terdiri dari akomodasi, tempat makan, tempat parkir, tempat belanja dan sebagainya.
- 3) Amenitas pelengkap, merupakan sarana yang sangat dibutuhkan dan dirasakan sangat perlu selama pengunjung berada disuatu objek wisata. Fasilitas ini terdiri dari fasilitas pokok seperti: toilet umum, tempat ibadah, pemandu wisata, dan pusat informasi.

3. Pengaruh Aksesibilitas Terhadap Minat Berwisata Halal di Kota Jambi

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa variabel aksesibilitas nilai $t_{hitung} (8,312) > t_{tabel} (1,966)$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 (H_{a3}) diterima dan hipotesis 0 (H_{03}) ditolak. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara aksesibilitas terhadap minat berwisata halal.

Aksesibilitas merupakan salah satu faktor penting yang membantu mempermudah perjalanan wisata para pengunjung yang akan berkunjung ke suatu destinasi. Menurut Yoeti jika suatu obyek tidak di dukung aksesibilitas yang memadai maka obyek yang memiliki atraksi tersebut sangat susah untuk menjadi industri pariwisata, aktivitas kepariwisataan banyak tergantung pada transportasi dan komunikasi karena faktor jarak dan waktu yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Adapun persyaratan aksesibilitas terdiri dari akses informasi dimana fasilitas mudah ditemukan dan mudah dicapai, harus memiliki akses kondisi jalan yang dapat dilalui dan sampai ke tempat wisata serta harus ada akhir dari tempat suatu perjalanan.

Destinasi wisata di Kota Jambi memiliki akses jalan yang baik dan mudah diakses hingga

ke lokasi wisata, akses informasi terkait destinasi wisata juga dapat ditemukan di internet sehingga konsumen dapat mengetahui informasi destinasi wisata melalui *handphone* mereka, memiliki petunjuk jalan menuju destinasi wisata, serta dapat dijangkau dengan berbagai jenis transportasi seperti sepeda motor, mobil, hingga *medium bus*. Kemudahan mengakses lokasi wisata menjadi salah satu alasan wisatawan untuk berkunjung. Hal tersebut sesuai pernyataan responden yang berkunjung di objek wisata tugu keris signjai, mereka memilih berkunjung ke tugu keris signjai karena keberadaannya di tengah kota dengan kondisi lalu lintas jalan yang lancar. Selain lokasi yang strategis objek wisata tugu keris signjai terdapat berbagai jenis jajanan makanan yang juga dapat menjadi pilihan wisata kuliner di kota Jambi. Responden lainnya mengatakan alasan mereka berkunjung ke obe wisata Kampung Radja adalah karena objek wisata Kampung Radja memiliki beragam wahana yang menarik serta lokasinya yang tidak terlalu jauh sehingga mudah dijangkau. Selain keunggulan di atas, aksesibilitas wisata di Kota Jambi masih memiliki kekurangan seperti pada objek wisata taman Anggrek Sri Soedewi akses jembatan pedestrian yang sudah tidak dapat digunakan lagi. Selain itu, lokasi pedagang pada objek wisata Gentala Arasy yang berada di bahu jalan juga dapat menghambat lalu lintas disekitar objek wisata. Dan kelemahan lainnya yaitu Kota Jambi belum memiliki akses perjalanan laut, karena kota Jambi belum memiliki pelabuhan.

Selaras dengan hasil penelitian ini, Kota Jambi memiliki aksesibilitas yang baik namun masih memiliki kelemahan, diharapkan kepada pengelola wisata agar dapat membuat memperbaiki kondisi akses jalan di lokasi wisata. Selain itu perlu membuat tata ruang yang lebih rapi dan menarik di lokasi wisata, sehingga tidak mengganggu lalu lintas disekitar serta memudahkan wisatawan yang berkunjung.

4. Pengaruh Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas Terhadap Minat Berwisata Halal di Kota Jambi

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui nilai signifikansi untuk atraksi (X_1), amenitas (X_2) dan aksesibilitas (X_3) secara simultan terhadap minat berwisata halal (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} (270,576) > F_{tabel} (1,966)$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 (H_{a4}) diterima dan hipotesis 0 (H_{04}) ditolak, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara atraksi, amenitas dan aksesibilitas terhadap minat berwisata halal. Serta berdasarkan hasil uji $R Square$ sebesar 0,679. Hal ini memberikan gambaran bahwa kontribusi variabel independen pada variabel dependen sebesar 67,9% dan 32,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa wisatawan berkunjung ke objek wisata di Kota Jambi mempertimbangkan faktor-faktor daya tarik atau atraksi wisata, fasilitas atau amenitas, serta faktor kemudahan akses atau aksesibilitas. Suatu objek wisata yang memiliki atraksi menarik akan mempengaruhi keinginan wisatawan untuk berkunjung, terlebih disertai dengan fasilitas-fasilitas yang lengkap membuat wisatawan merasa nyaman ketika berwisata, serta didukung dengan kondisi aksesibilitas yang baik sehingga memberikan kemudahan wisatawan untuk menjangkau lokasi wisata. Hal ini sesuai pendapat Yoeti yang menyatakan bahwa berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada atraksi, aksesibilitas dan amenitas. Middleton menyatakan bahwa produk wisata dianggap sebagai campuran dari tiga komponen utama daya tarik, fasilitas di tempat tujuan dan aksesibilitas di tempat tujuan, yang secara luas menentukan pilihan konsumen dan mempengaruhi motivasi calon-calon pembeli.

Komponen pengembangan pariwisata yang terdiri dari atraksi, amenitas dan aksesibilitas memiliki pengaruh terhadap minat berwisata halal di Kota Jambi, hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa kondisi atraksi, amenitas serta aksesibilitas sangat penting bagi pariwisata di Kota Jambi. Berdasarkan hal tersebut penting bagi pemerintah Kota Jambi memanfaatkan peluang yang dimiliki untuk mengembangkan potensi wisata dengan memberikan perhatian khusus pada sektor pariwisata dengan tujuan di masa mendatang Kota Jambi secara resmi memiliki destinasi pariwisata halal. Sehingga dengan kemajuan sektor pariwisata di Kota Jambi dapat meningkatkan perekonomian bagi masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara atraksi, amenitas, dan aksesibilitas terhadap minat berwisata halal di Kota Jambi. Setelah data penelitian terkumpul dan diolah oleh penulis, maka terdapat poin dalam penelitian ini dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara atraksi terhadap minat berwisata halal di Kota Jambi. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai dari $t_{hitung} 8,608 > t_{tabel} 1,966$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 (H_{a1}) diterima dan hipotesis 0 (H_{01}) ditolak. Hasil ini memiliki arti bahwa saat variabel atraksi mengalami peningkatan, maka variabel minat berwisata halal di kota Jambi juga akan mengalami peningkatan.
2. Diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara amenitas terhadap minat berwisata halal di Kota Jambi. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai dari nilai $t_{hitung} 16,795 > t_{tabel} 1,966$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 (H_{a2}) diterima dan hipotesis 0 (H_{02}) ditolak. Berdasarkan hasil ini berarti bahwa saat variabel amenitas mengalami peningkatan, maka variabel minat berwisata halal di kota Jambi juga akan mengalami peningkatan.
3. Diketahui bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara aksesibilitas terhadap minat berwisata halal di Kota Jambi. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai dari nilai $t_{hitung} 8,312 > t_{tabel} 1,966$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 (H_{a3}) diterima dan hipotesis 0 (H_{03}) ditolak. Berdasarkan hasil ini berarti bahwa saat variabel aksesibilitas mengalami peningkatan, maka variabel minat berwisata halal di kota Jambi juga akan mengalami peningkatan.
4. Atraksi, amenitas, dan aksesibilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berwisata halal di Kota Jambi. Hal tersebut diketahui nilai signifikansi untuk atraksi (X_1), amenitas (X_2), dan aksesibilitas (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap minat berwisata halal (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} (270,576) > F_{tabel} (1,966)$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 (H_{a4}) diterima dan hipotesis 0 (H_{04}) ditolak. Hasil ini memiliki arti bahwa saat variabel atraksi, amenitas, dan aksesibilitas mengalami peningkatan, maka variabel minat berwisata halal juga akan mengalami peningkatan.

DAFTAR REFERENSI

- Abdulhaji, Sulfi, dan Ibnu Sina Hi Yusuf. "Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar Di Kota Ternate." *Humano: Jurnal Penelitian* 7, no. 2 (2016): 134–48. <https://doi.org/10.33387/humano.v7i2.317>.
- Albarq, Abbas N. "Measuring the Impacts of Online Word-of-Mouth on Tourists' Attitude and Intentions to Visit Jordan: An Empirical Study." *International Business Research* 7, no. 1 (23 Desember 2013): p14. <https://doi.org/10.5539/ibr.v7n1p14>.
- Andina, Sabila Almas, dan Istijabatul Aliyah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wisatawan Dalam Mengunjungi Wisata Budaya Candi Borobudur" 22 (2021).
- Aso, Maria Trisana, Syarif Hidayatullah, dan Stella Alvianna. "The Influence of Tourist Destinations on Tourist Visiting Interest in Tutubhada Traditional Village Nagekeo Regency" 1, no. 1 (2021).
- Battour, Mohamed, dan Mohd Nazari Ismail. "Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future." *Tourism Management Perspectives* 19 (1 Juli 2016): 150–54. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>.
- Bermultimedia.com. "Pariwisata Halal Antara Makna Dan Konsep." JAMBERITA.COM. Diakses 27 Juli 2022. <https://jamberita.com/read/2019/10/21/5954150/pariwisata-halal-antara-makna-dan-konsep>.
- Chairiyati, Fauziah. "Analisis Kesiapan Pariwisata Halal Melalui Penerapan Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) Dalam Mewujudkan Pariwisata Ramah Muslim Daerah Di Kota Jambi." Other, Universitas Jambi, 2022. <https://repository.unja.ac.id/>.
- Chanin, Oraphan, Piangpis Sriprasert, Hamzah Abdul Rahman, dan Mohd Sobri Don. "Guidelines on Halal Tourism Management in the Andaman Sea Coast of Thailand." *Journal of Economics, Business and Management* 3, no. 8 (2015): 791–94. <https://doi.org/10.7763/JOEBM.2015.V3.287>.
- Chookaew, Sureerat, Oraphan chanin, Jirapa Charatarawat, Pingpis Sriprasert, dan Sudarat Nimpaya. "Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country." *Journal of*

- Economics, Business and Management* 3, no. 7 (2015): 739–41. <https://doi.org/10.7763/JOEBM.2015.V3.277>.
- Cooper, Chris, John Fletcher, Alan Fyal, David Gilbert, dan Stephen Wanhill. *Tourism: Principles and Practice*. Sixth edition. Harlow, United Kingdom: Pearson, 2018.
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Jambi. “Review Rippda Kota Jambi,” November 2021. https://simpangkeris.jambikota.go.id/files_simpang_keris/dokumen/b3fc5129-0eae-47a2-92e8-f0a6a40a2d7e.pdf.
- Fatkurrohman. “Konsep dan Ruang Lingkup Wisata Halal.” *Wisata Halal Universitas Gadjah Mada*, Agustus 2018. <https://wisatahalal.sv.ugm.ac.id/2018/08/23/konsep-dan-ruang-lingkup-wisata-halal/>.
- Fatkurrohman, Fatkurrohman. “Developing Yogyakarta’s Halal Tourism Potential for Strengthening Islamic Economy in Indonesia.” *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies* 13, no. 1 (2017). <https://doi.org/10.18196/AIIJIS.2017.0065.1-16>.
- Indrawan, Bobby, Nurmita Nurmita, Titin Agustin Nengsih, Wiji Utami, Dindin Nasrudin, Tanti Tanti, Deliza Deliza, Rofiqoh Ferawati, Rita Syafitri, dan Pugoh Santoso. “The Influence of Attitude and Need for Cognition on Student’s Purchase Intention Behavior on Halal Food: Schools Clustering Perspective.” *Indonesian Journal of Halal Research* 4, no. 1 (28 Februari 2022): 26–34. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v4i1.13092>.
- Kurniawan, Fani, Titin Agustin Nengsih, dan Ahmad Syukron Prasaja. “PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI DI PASAR TRADISIONAL DAN MODERN DI BAYUNG LENCIR.” Skripsi, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2021. <http://repository.uinjambi.ac.id/7987/>.
- Nengsih, Titin Agustin. “Analisis Minat Masyarakat Terhadap Baitul Mal Watamwil di Kota Jambi” 13, no. 1 (2013).
- Titin Agustin, Muhamad Abduh, Urwawuska Ladini, dan Fadhlul Mubarak. “The Impact of Islamic Financial Development, GDP, and Population on Environmental Quality in Indonesia.” *International Journal of Energy Economics and Policy* 13, no. 1 (22 Januari 2023): 7–13. <https://doi.org/10.32479/ijeep.13727>.
- Nengsih, Titin Agustin, Frédéric Bertrand, Myriam Maumy-Bertrand, dan Nicolas Meyer. “Determining the Number of Components in PLS Regression on Incomplete Data Set.” *Statistical Applications in Genetics and Molecular Biology* 18, no. 6 (1 Desember 2019). <https://doi.org/10.1515/sagmb-2018-0059>.
- Nengsih, Titin Agustin, Muhammad Maulana Hamzah, dan Anisah Olida. “Analisis Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Studi Empiris Desa Pelawan Jaya.” *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (11 Oktober 2021): 28–39. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v5i2.22126>.
- Nengsih, Titin Agustin, dan Nurfitri Martaliah. “Regresi Data Panel dengan Software EViews,” 2022.
- Nengsih, Titin Agustin, Fadhlul Mubarak, dan Vinny Yuliani Sundara. “Pemograman R Dasar.” Fp Aswaja, 2020.
- Nengsih, Titin Agustin, Nofrianto Nofrianto, Elyanti Rosmanidar, dan Wisnu Uriawan. “Corporate Social Responsibility on Image and Trust of Bank Syariah Mandiri.” *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah* 13, no. 1 (30 Juni 2021): 151–70. <https://doi.org/10.15408/aiq.v13i1.18347>.
- Nengsih, Titin Agustin, dan Pradita Sari Putri. “Determinan minat menabung masyarakat di JBB Bank Syariah : Studi empiris di kota Jambi 11,” t.t.
- Rossadi, Leylita Novita, dan Endang Widayati. “PENGARUH AKSESIBILITAS, AMENITAS, DAN ATRAKSI WISATA TERHADAP MINAT KUNJUNGAN WISATAWAN KE WAHANA AIR BALONG WATERPARK BANTUL DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.” *Journal of Tourism and Economic* 1, no. 2 (31 Desember 2018). <https://doi.org/10.36594/jtec.v1i2.27>.
- Sugiono. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suryani, Susie. “Potensi Pengembangan Pariwisata Halal dan Dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provisnsi Riau” 32, no. 2 (2021).
- “Travel & Tourism Economic Impact | World Travel & Tourism Council (WTTC).” Diakses 19 Maret 2022. <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>.