

**Analisis Pengalaman Wisatawan
Saat Mengunjungi Destinasi Wisata MICE Halal
“Muslim Life Festival 2022”**

Gantina Suciati¹, Titing Kartika², Adrian Agoes³
^{1,2,3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI, Indonesia

Abstract

Tourism activities will be worth the reward when visitors continue to carry out the obligations of things that have been determined in certain religious rules. In the context of Muslims, they will have certain needs when traveling for tourism. The research objective is to analyze a national event organized by PT.Lima Event entitled "Muslim Life Festival 2022". The research analyzes a phenomenon that occurs in society regarding interest in a lifestyle, sharia-based business management and the behavior of Muslim tourists' interest in visiting Halal MICE destinations in Indonesia. This research aims to (1) find out how an event can be held (2) find out the process of implementing Islamic values at the event and (3) find out the experiences and Islamic values that will be accepted by tourists. The research uses a qualitative descriptive analysis approach with a case study research method. The results of the study show (1) The Muslim Life Festival 2022 event management system can apply various rules regarding qualifications in properly planning MICE events. (2) Event organizers are able to properly implement Islamic values. (3) Tourist experiences can be described based on statements submitted by visitor informants. Further research can be carried out on other events with more comprehensive tourist experience indicators.

Keywords: Halal MICE Destinations; Case study; Islamic Exhibition; Application of Islamic Values; Tourism Experience

Pendahuluan

Perkembangan industri MICE (*Meeting, Incentive, Conference dan Exhibition*) saat ini terus berkembang di berbagai sektor, termasuk bagi kalangan umat muslim. Umat muslim akan memiliki kebutuhan tertentu ketika melakukan perjalanan untuk berwisata. Peneliti akan menganalisis dari suatu fenomena yang terjadi pada masyarakat mengenai minat pada suatu gaya hidup, pengelolaan bisnis berbasis syariah dan adanya perilaku dari minat wisatawan muslim dalam mengunjungi destinasi MICE Halal yang ada di Indonesia. Penelitian ini adalah untuk menganalisis pengalaman wisatawan saat mengunjungi kegiatan wisata MICE Halal Muslim Life Festival 2022". Penelitian ini juga ingin mengetahui bagaimana hal yang akan dialami dan dirasakan oleh wisatawan saat mengunjungi destinasi MICE Halal dan menggunakan produk halal yang dipasarkan oleh para pengusaha muslim serta melakukan gaya hidup yang menerapkan nilai-nilai syariah. Proses analisa mengenai penelitian tersebut yang dilakukan oleh peneliti, memiliki tujuan sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui sistem pengelolaan *event* “*MLF 2022*” dapat terselenggara.
- 2) Untuk mengetahui proses implementasi nilai-nilai Islami pada *event* “*MLF 2022*”.
- 3) Untuk mengetahui pengalaman dan nilai-nilai Islami yang akan diterima oleh wisatawan saat mengunjungi destinasi MICE Halal pada “*MLF 2022*”.

Penyelenggaraan MICE

Menurut Athar et al (2020), Noor (2007) mengenai kualifikasi MICE yang dijelaskan bahwa “pentingnya membidik pengunjung bisnis/MICE seperti yang dikemukakan oleh (Sekjen UNWTO) “Selain menawarkan prospek komersial yang signifikan memiliki dampak positif yang besar pada pertumbuhan ekonomi (Kesrul, 2004). Dampak lain adalah menghasilkan tingkat pengeluaran yang lebih besar, membantu merevitalisasi tempat, menyebarkan informasi, dan mendorong inovasi dan kreativitas.” Kegiatan MICE memberikan dampak dalam sektor pertumbuhan ekonomi, merevitalisasi tempat, adanya penyebaran informasi dan mendorong inovasi serta kreativitas. Indikator yang digunakan sebagai acuan penilaian kualifikasi penyelenggaraan MICE yaitu (1) Aksesibilitas MICE (2) Atraksi MICE, (3) Amenitas MICE dan (4) keterlibatan *stake holder* dan kualitas SDM penyelenggara MICE.

Nilai-Nilai Islami Pada Penyelenggaraan MICE Halal

Teori yang disampaikan oleh (Wardi et al., 2018) mengenai penerapan ide wisata halal yang meliputi :

- 1) Fasilitas Ibadah. keberadaan masjid dengan daya tampung yang seimbang, kawasan wisata, toilet, dan ruang terpisah untuk shalat laki-laki dan perempuan. Lalu, panggilan untuk sholat yang terdengar (Adzan) dan arah kiblat ditandai dengan jelas.
- 2) Adanya jaminan produk halal secara penggunaan bahan, pengolahan bahan dan penggunaan peralatan yang halal (tidak terkontaminasi).
- 3) Moralitas Islam secara umum. Misalnya, mengenakan pakaian yang tidak mengganggu interaksi antara pengunjung Muslim, melarang prostitusi dan penayangan konten yang tidak layak dipertontonkan di TV, serta melarang penjualan alkohol dan perjudian.
- 4)

Pengalaman Wisatawan

Konsep yang disampaikan oleh Prakoso et al., (2020) mengenai pengalaman wisatawan dapat dijelaskan bahwa “pengalaman wisata” mengacu pada keadaan mental subyektif peserta dan penilaian pengalaman individu mereka, yang mungkin mencakup elemen emotif, kognitif, dan perilaku. Untuk mendapatkan keuntungan di sektor pariwisata adalah dengan memberikan pengalaman berkualitas tinggi, perjalanan yang bermakna, dan pengalaman yang khas dan tidak terlupakan bagi wisatawan. Karena kenyataan bahwa setiap keinginan dan preferensi pelanggan sangat unik, mereka semua dapat memiliki pengalaman yang menyenangkan atau negatif sebagai akibat dari penggunaan produk atau layanan. Dengan indikator yang mencakup mengenai pendalaman informasi pengalaman pariwisata yang meliputi *feel, think, act dan related*. Dengan keempat indikator untuk mengetahui pengalaman wisatawan dapat menjadi acuan dalam menggali informasi kepada wisatawan.

Terdapat beberapa hasil penelitian terkait dengan kajian yang diteliti diantaranya: Teerakunpisut (2018) dengan penelitian *An Examination of the Influence of Islam on Hospitality and Customer Service Standards in the Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions (MICE) Industry in Southern Thailand*. Penelitian tersebut berkaitan dengan meningkatnya permintaan dari klien Muslim dan bagaimana kebutuhan unik mereka tidak sesuai dengan budaya Thailand dan layanan perhotelan yang sudah ada.

Sementara itu, penelitian lain dilakukan oleh Suwaluck Uansa-Ard dan Aree Binprathan pada tahun 2018 mengenai “*Creating The Awareness of Halal MICE Tourism Business in Chiang Mai, Thailand*”. Dengan konsep penelitian mengenai studi efektivitas dan kekuatan Halal dalam bisnis pariwisata MICE di Chiang Mai. Dengan hasil penelitian studi ini menyarankan bahwa pihak yang terlibat bisnis pariwisata halal harus bekerjasama untuk meningkatkan efektivitas MICE Halal dan standar fasilitas berbasis agama bagi pengunjung muslim dari dalam dan luar negara ASEAN (Uansaard & Binprathan, 2018).

Penelitian lain Taufiq Hidayat dan Taufik Hidayat (2018), menganalisis dan mengkaji potensi pengembangan wisata halal di Kota Batam berdasarkan kriteria wisata halal. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Begitu juga

penelitian-penelitian lain yang telah dilakukan terkait dengan penyelenggaraan wisata halal dan pengalaman wisatawan (Han, H., Al-Ansi, A., Olya, H. G. T., & Kim, W., 2019, Athar, H. S., Mulyono, L. E. H., & Sutanto, H. 2020; Muhammadiyah, N. (2021; Agoes, A., Hermanto, B., & Maureen, R. (2021; Kartika, T., Hurriyati, R., & Hendrayati, H., 2022).

Dapat disimpulkan bahwa minat pengembangan wisata halal dan MICE halal di sejumlah negara semakin meningkat, antara lain Thailand, Korea Selatan, Uzbekistan, dan Indonesia. Studi-studi ini mencoba menyelidiki dampak Islam pada sektor MICE dan destinasi pariwisata, serta inisiatif untuk menyediakan layanan ramah Muslim dan sesuai Syariah. Terlepas dari perbedaan latar studi dan subjek penelitian, terdapat kesamaan dalam tujuan penelitian untuk memahami pengalaman pengunjung Muslim, tuntutan khusus mereka, dan dampak prinsip Syariah terhadap bisnis MICE dan pariwisata. Studi-studi ini memberikan kontribusi yang signifikan untuk memahami bagaimana membangun lokasi dan layanan wisata yang ramah Muslim, serta bagaimana menanggapi permintaan yang terus meningkat dari pasar wisata Muslim. Studi ini memberikan wawasan penting bagi para praktisi, pemerintah, dan pelaku industri untuk mengembangkan dan meningkatkan layanan MICE dan destinasi yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, dengan penekanan pada pengalaman wisatawan, kesadaran akan standar halal, pembangunan infrastruktur, dan kolaborasi dalam pariwisata. industri.

Metodologi

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang dilaksanakan akan menggunakan prosedur penelitian Studi Kasus dengan pendekatan Deskriptif Kualitatif. Yaitu menggunakan metode eksplorasi serta memahami suatu makna yang didapat dari beberapa orang dan kelompok yang terlibat dalam suatu persoalan/fenomena tersebut secara mendalam. Dalam penelitian ini akan mengeksplorasi suatu fenomena penyelenggaraan pameran yang berkonsep Islami dan melibatkan berbagai pihak yang memiliki prinsip dan pemahaman syariat Islam dalam sektor bisnisnya masing-masing. Serta akan menarik perhatian wisatawan yang memiliki prinsip dan gaya hidup halal yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

Waktu Dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian akan dilaksanakan di *venue* acara “Muslim Life Festival 2022” yaitu di *Bandung Convention Centre*. Jl. Soekarno Hatta No.354, Kb. Lega, Kec. Bojongloa Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40243. Pada Jumat sampai Minggu 09-11 Desember 2022. Proses pelaksanaan penelitian yang dimulai dari proses Pra-Observasi, proses pengolahan data hasil Pra-Observasi dan mereduksi data sesuai dengan fokus penelitian.

Teknik penentuan informan yang digunakan adalah *purposive sampling*. Yaitu suatu teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Seperti narasumber yang dianggap paling tahu tentang permasalahan yang diteliti. Maka dari itu berdasarkan pertimbangan, peneliti dapat menentukan beberapa informan yang akan menjadi salah satu sumber data dalam penelitian ini. Yang diantaranya adalah :

Tabel 1.Data Informan Penelitian

NO	KATEGORI INFORMAN	JML	CODING	TEKNIK PENGAMBILAN DATA
1	Pengelola Acara (<i>Project Manager</i>)	1 orang	InPM	Wawancara
2	<i>Media Partner</i>	1 orang	InMP	Wawancara
3	<i>Exhibitor</i>	5 perusahaan	InEX	Wawancara
4	<i>Visitor</i>			
	1. Wanita Dewasa	5 orang	InVST	Wawancara
	2. Pria Dewasa	5 orang		
	3. Pengunjung Berkeluarga	5 keluarga		
	Total Informan		21 Informan	

Sumber : Data Diolah Peneliti 2022

Prosedur

Pada proses penelitian Studi Kasus peneliti akan menghimpun pengetahuan dan informasi yang mendalam mengenai subjek penelitian dengan melakukan penelitian yang luas, terperinci dan mendalam. Tahapan penelitian Studi Kasus adalah ; 1) Menetapkan batasan fenomena yang akan diteliti, 2) Menyusun daftar pertanyaan, 3) Pengumpulan data, 4) *Cluster of Meaning*, 5) Deskripsi Esensi dan Pelaporan hasil penelitian.

Data, Instrument Dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti akan menggunakan teknik observasi, wawancara yang mendalam dan penelusuran dokumen. Pelaksanaan wawancara yang mendalam peneliti akan menentukan narasumber berdasarkan karakteristik yang dibutuhkan. Seperti menentukan informan ahli dan informan partisipan. Serta menentukan dan menyajikan informasi yang ingin digali dan didapatkan dari setiap informan yang disesuaikan dengan target pencapaian informasi yang ingin didapatkan.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi meliputi tahapan sebagai berikut ; 1) Mereduksi data. Sebagai bagian dari proses reduksi data, data diringkas, diberi kode dan dikelompokkan dalam suatu tema. 2) Penyajian Data. Data kualitatif dapat disajikan dalam prosa naratif, catatan lapangan, matriks, grafik dan bagan. Formulir-formulir ini mencakup informasi yang disusun secara ringkas dan mudah diakses. 3) Penarikan Kesimpulan. Selama di lapangan, upaya penarikan dilakukan secara berkala. Penelitian kualitatif mulai mencari makna dari awal pengumpulan data hingga menarik kesimpulan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penyelenggaraan acara *MLF 2022* dapat menerapkan berbagai aturan mengenai kualifikasi dalam melakukan perencanaan penyelenggaraan MICE dengan tepat. Pihak penyelenggara acara saat menyampaikan mengenai visi dan misi, tujuan dan nilai-nilai Islami yang ingin diterapkan oleh Penyelenggara acara, terdapat kesesuaian antara perencanaan dan pelaksanaan di lapangan. Poin utama yang telah ditemukan oleh peneliti mengenai penyelenggaraan acara tersebut adalah :

- 1) Aspek Aksesibilitas. Pihak penyelenggara acara mampu mempertimbangkan dan menetapkan lokasi acara dengan tepat. Yaitu mempertimbangkan gedung pertemuan yang memiliki akses yang memudahkan pengunjung. Dengan cara menetapkan gedung BCC karena berada di jalan nasional dan memiliki akses transportasi yang memudahkan pengunjung.
- 2) Aspek Atraksi Acara. Penyelenggara mampu mengkondisikan seluruh konten acara dan tata ruang acara tersebut dengan memperhatikan kenyamanan pengunjung dari segi menjaga interaksi antara perempuan dan laki-laki. Sehingga hal tersebut menjadi pembeda dengan acara pameran lainnya.
- 3) Aspek Amenitas. Pengetahuan informan mengenai gedung pertemuan tersebut tidak ada yang mengetahui dan tidak pernah mengunjungi lokasi tersebut. Hal tersebut terjadi karena adanya faktor pengunjung yang tidak berasal dari Kota Bandung. Seperti berasal dari Kebumen Jawa Tengah, Jayapura Papua, Garut, Sukabumi dan Cimahi. Sehingga gedung tersebut belum memiliki kesan yang melekat pada pengunjung dan penikmat bisnis konvensi. Berbeda dengan gedung konvensi ICE BSD yang sudah memiliki citra sebagai gedung pertemuan terbesar di Indonesia dengan kualitas berstandar Internasional.
- 4) Keterlibatan *Stakeholder*. Peneliti dapat menyatakan bahwa penyelenggara acara mampu mendapatkan rekanan/*strategic partner* yang dapat bekerjasama untuk mencapai visi, misi dan tujuan pada penyelenggaraan acara tersebut untuk menciptakan suatu acara yang menerapkan nilai-nilai Syariat Islam.
- 5) SDM yang Berkualitas. Melibatkan volunteer lokal merupakan keputusan yang tepat. Karena dengan melibatkan warga lokal hal tersebut dapat mempermudah proses komunikasi dan kerjasama antar

divisi dan memiliki karakter secara demografis yang sama, dapat menangani pengunjung apabila ada komunikasi yang menggunakan bahasa daerah dan dapat memberikan gagasan atau ide yang berkaitan dengan seputar lokasi pelaksanaan acara.

Penyelenggara acara mampu menerapkan dan mengimplementasikan dengan baik mengenai nilai-nilai Islami pada acara *Muslim Life Festival 2022* secara konsisten, setelah melaksanakan di beberapa kota di Indonesia. Penyelenggara mampu menerapkan nilai-nilai Islami pada acara tersebut seperti (1) penerapan nilai *Halal* dan *Haram*, (2) nilai menutup aurat dan menjaga pandangan, (3) nilai larangan berkhawat, (4) nilai menjaga aurat. (5) adanya nilai dakwah di setiap program acara dan (6) nilai menghindari *Riba* dan *Gharar*. Poin utama yang telah ditemukan oleh peneliti mengenai Pengalaman dan nilai-nilai Islami yang merujuk pada konsep yang dipaparkan oleh Wandu (2018), Kartika, T., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2022) yang kaitannya dengan apa yang telah dirasakan oleh wisatawan adalah sebagai berikut :

- 1) Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Indikator *Feel*/perasaan. Peneliti mendapati temuan mengenai sudut pandang yang dirasakan oleh pengunjung bahwa perasaan senang yang muncul memiliki nilai lebih dari aspek kepuasan rohani. Yaitu ketika pengunjung merasakan adanya kebahagiaan ketika bertemu dengan pengunjung lainnya yang memiliki persepsi keyakinan keagamaan yang sama.
- 2) Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Indikator *Think*/pikiran. Peneliti melihat adanya persepsi pengunjung bahwa mereka merasa mendapatkan nilai-nilai Islami selain memenuhi kebutuhan untuk berwisata dan memenuhi kebutuhan primernya.
- 3) Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Indikator *Act*/tindakan. Pengunjung secara sadar memutuskan untuk menghadiri acara tersebut berdasarkan pertimbangan yang dimiliki. Keputusan tersebut didasari oleh adanya upaya mencari informasi mengenai acara tersebut yang dilakukan oleh pengunjung. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa apabila media sosial yang dimiliki oleh pihak penyelenggara acara tidak dapat memuat informasi yang tepat, informatif dan menarik, akan mengakibatkan tidak sempurnanya pengetahuan pengunjung mengenai acara tersebut. Informasi yang diciptakan melalui *Word Of Mouth* (WOM) tidak akan sempurna apabila tidak divisualisasikan.
- 4) Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Indikator *Related*/Hubungan. Informan dapat menjelaskan apa yang ia cari dan ia inginkan dapat tersedia dalam acara tersebut. Selain berbagai produk barang dan jasa yang terdapat pada acara tersebut, terdapat juga fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan yang bersifat rohaniyah.
- 5) Nilai-Nilai Islami Yang Diterima Oleh Wisatawan. Pengalaman wisatawan saat menerima nilai-nilai Islami pada acara tersebut dapat tergambarkan berdasarkan pernyataan yang disampaikan. Bahwa adanya pemenuhan kebutuhan pengunjung dalam segi fasilitas umum, fasilitas ibadah yang memadai, penanganan pengunjung yang sesuai prinsip syariat Islam dan pemenuhan kebutuhan spiritual pengunjung. sehingga pengunjung dapat memberikan pernyataan bahwa ini adalah pengalaman yang pertama kali untuk dapat merasakan nilai-nilai Islami dalam suatu penyelenggaraan pameran.

Kesimpulan

Penyelenggaraan acara MLF 2022 memiliki pembeda dari acara pameran lainnya yakni pameran yang berkonsep dan menerapkan nilai-nilai syariat Islam tanpa meninggalkan unsur-unsur penting dalam penyelenggaraan suatu acara pameran. Penyelenggara acara mampu menerapkan dan mengimplementasikan dengan baik mengenai nilai-nilai Islami pada acara *Muslim Life Festival 2022* secara konsisten, setelah melaksanakan di beberapa kota di Indonesia. Adanya pemenuhan kebutuhan pengunjung dalam segi fasilitas umum, fasilitas ibadah yang memadai, penanganan pengunjung yang sesuai prinsip syariat Islam dan memenuhi kebutuhan spiritual pengunjung. Hal ini memberikan nilai pengalaman kepada para pengunjung.

Implikasi Penelitian

Sebagai implikasi dari hasil penelitian ini adalah dilihat dari beberapa aspek baik secara teori, praktis maupun manajerial penyelenggaraan event. Secara teori diperlukan adanya konsep komprehensif dalam penciptaan pengalaman wisatawan terkait dengan event wisata halal. Sejauh ini masih ada keterbatasan konsep. Secara praktis, diperlukan perhatian dari pemangku kepentingan dan kebijakan untuk memaksimalkan pembangunan infrastruktur wisata MICE ramah muslim, memperkuat efektivitas dan berkelanjutan dalam industri MICE. Sementara itu, dari sisi manajemen penyelenggaraan event, penyelenggara dapat lebih memperhatikan substansi pengalaman sehingga Ketika pengunjung hadir dalam event MICE halal akan mendapatkan nilai pengalaman yang diharapkan.

Daftar Pustaka

- Agoes, A., Hermanto, B., & Maureen, R. (2021). *Chinatown Bandung Culinary Attractions for Muslim Tourists: The Perspective of Halal Tourism*. *Ntf* 2019, 5–9. <https://doi.org/10.5220/0009193500050009>
- Athar, H. S., Mulyono, L. E. H., & Sutanto, H. (2020). Pengaruh Customer Experiences Terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik: Peran Mediasi Halal Destination Image. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2), 107–116. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i2.552>
- Han, H., Al-Ansi, A., Olya, H. G. T., & Kim, W. (2019). Exploring halal-friendly destination attributes in South Korea: Perceptions and behaviors of Muslim travelers toward a non-Muslim destination. *Tourism Management*, 71(October 2018), 151–164. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.010>
- Hidayat, T. (2018). *Analisis Potensi Pengembangan Destinasi Wisata Halal di Kota Batam*. 3 nomor 2, 163–178. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Kartika, T., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2022). Creating Tourism Experience- Orchestra Model Approach. *Proceedings of the 6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)*, 657(Gcbme 2021), 225–230. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220701.044>
- Kesrul, M. 2004. Meeting, Incentive Trip, Conference & Exhibition. Yogyakarta :Graha Ilmu
- Muhammadiyah, N. (2021). Importance of Halal tourism services for development MICE industry in Uzbekistan. *Researchgate.Net*, September 2020. https://www.researchgate.net/profile/Alam-Asadov/publication/351698744_Importance_of_Halal_tourism_services_for_development_MICE_industry_in_Uzbekistan/links/60a5161da6fdcc3f3047484f/Importance-of-Halal-tourism-services-for-development-MICE-industry-in-Uz
- Noor, Any. 2007. Globalisasi Industri MICE. Bandung : Alfabeta
- Prakoso, D. B., Pujiastuti, E. E., & Sadeli. (2020). Pengaruh Pengalaman Wisatawan Terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Serta Niat Berkunjung Kembali (Studi pada Wisatawan di Wisata Alam Posong Temanggung). *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 185–201.
- Teerakunpisut, S. (2018). An Examination of The Influence of Islam on Hospitality and Customer Service Standard in The Meeting, Incentive, Conventions and Exhibition (MICE) Industry in Southern Thailand. *Ijcm*, 7(2), 56–83.

- Uansaard, S., & Binprathan, A. (2018). Creating the awareness of halal MICE tourism business in Chiang Mai, Thailand. *International Journal of Tourism Policy*, 8(3), 203–213. <https://doi.org/10.1504/IJTP.2018.094490>
- Wardi, Y., Abror, A., & Trinanda, O. (2018). Halal tourism: antecedent of tourist's satisfaction and word of mouth (WOM). *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(5), 463–472. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1466816>