



ANALISIS PENGARUH PENERAPAN MUSLIM-FRIENDLY TOURISM TERHADAP CITRA DESTINASI PETAK ENAM, JAKARTA BARAT

Muhammad Athallah Karim Sukarno¹, Rendy Sarudin²

^{1,2} Program Studi Hospitality dan Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia

History Article

Article history:

Received July 18, 2023

Approved August 28, 2023

Keywords:

Tourism, Muslim-friendly Tourism, Petak Enam

ABSTRACT

This study analyzes the influence of Muslim-Friendly Tourism on the destination image of Petak Enam, West Jakarta. Using a quantitative method, data was collected from 100 visitors who have experienced the destination at least twice through questionnaires, observations, and various sources. The results show a significant influence of Muslim-Friendly Tourism on the destination image, supported by the t-test with a calculated t-value of 8.607 > the tabulated t-value of 1.660, and a significance level of 0.000. Multicollinearity and heteroskedasticity analyses confirm their absence. The coefficient of determination (R^2) is 0.431, indicating a 43.1% influence of variable X on variable Y, while the remaining 56.9% is influenced by other unexamined variables. The aim of this research is to enhance the tourism industry in Petak Enam by optimizing Muslim-Friendly Tourism and attracting Muslim travelers.

ABSTRAK

Studi ini menganalisis pengaruh Wisata Ramah Muslim terhadap citra destinasi Petak Enam, Jakarta Barat. Data dikumpulkan dari 100 pengunjung yang pernah mengalami destinasi tersebut minimal dua kali melalui kuesioner, observasi, dan berbagai sumber. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari wisata ramah Muslim terhadap citra destinasi, didukung oleh uji t dengan nilai t terhitung 8.607 > nilai t tabulasi 1.660, dan tingkat signifikansi 0.000. Analisis multikolinearitas dan heteroskedastisitas mengkonfirmasi ketiadaannya. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.431, menunjukkan pengaruh 43,1% dari variabel X terhadap variabel Y, sementara 56,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Penelitian ini bertujuan meningkatkan industri pariwisata di Petak Enam dengan mengoptimalkan Wisata Ramah Muslim dan menarik minat wisatawan Muslim.

© 2023 Jurnal Ilmiah Global Education

*Corresponding author email: [✉](#)

PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia merupakan sektor industri yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan sebagai penyumbang devisa negara. Selain minyak dan gas, pariwisata menjadi salah satu sektor unggulan yang memberikan kontribusi besar terhadap devisa negara. Pemerintah Indonesia menyadari pentingnya sektor pariwisata dan ekonomi kreatif sebagai sumber pendapatan yang signifikan.

Pariwisata dan ekonomi kreatif memiliki manfaat langsung dan tidak langsung terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Saat ini, pemerintah fokus pada peimbangan dan pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif untuk mengoptimalkan pertumbuhan di kedua sektor tersebut.

Data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mencatat bahwa pada tahun 2022, devisa yang diperoleh dari sektor pariwisata mencapai US\$4,26 miliar, mengalami peningkatan sebesar 769,39% dari tahun sebelumnya sebesar US\$0,49 miliar. Peningkatan tersebut terjadi setelah pandemi Covid-19 dan kedatangan wisatawan mancanegara yang semakin banyak.

Prestasi yang diraih Indonesia dalam bidang pariwisata juga patut diperhitungkan. Pada tahun 2022, Indonesia meraih penghargaan "World's Best Halal Travel Destination" dan menempati peringkat kedua setelah Malaysia versi Global Muslim Travel Index (GMTI). Penghargaan ini berkat lima destinasi wisata halal di Indonesia yang tercatat dalam Indonesia Muslim Travel Index (IMTI), salah satunya adalah Jakarta. Jakarta meraih penghargaan "World's Best Hajj & Umrah Operator" dengan tersedianya 510 hotel ber-sertifikat halal dan 5 hotel tipe syariah, 7.795 masjid, 20 situs bersejarah Islam, dan 19 atraksi yang ramah bagi wisatawan muslim.

Wisata halal bukan hanya menjadi kebutuhan bagi wisatawan muslim, tetapi juga sudah menjadi bagian dari gaya hidup muslim di seluruh dunia. Data dari *The State Global Islamic Economy Report* menunjukkan bahwa muslim di seluruh dunia menghabiskan sekitar US\$2 triliun pada tahun 2021 untuk makanan, obat-obatan, kosmetik, busana, perjalanan, dan media. Hal ini mencerminkan pertumbuhan sebesar 8,9% dan diperkirakan akan mencapai US\$2,8 triliun pada tahun 2025 dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 7,5%.

Pariwisata halal merupakan pariwisata yang sesuai dengan ajaran Islam, dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan wisata bagi pemeluk agama Islam yang sesuai dengan kebiasaan agama pribadi mereka saat bepergian. Ini tidak hanya meliputi destinasi ziarah dan religi, tetapi juga mencakup destinasi lain yang menjamin ketersediaan fasilitas pendukung seperti restoran dan hotel dengan makanan halal serta tempat ibadah (Carboni, *et al*, 2017).

Jakarta menjadi fokus dalam penelitian ini karena merupakan kota bisnis dan salah satu kota besar di Indonesia dengan banyak fasilitas yang ramah bagi wisatawan muslim. Selain itu, jumlah penduduk muslim yang seimbang dan kesadaran masyarakat untuk mengonsumsi produk halal menciptakan peluang untuk meningkatkan kualitas pariwisata halal di Indonesia.

Upaya pengembangan pariwisata halal di Jakarta Barat, khususnya di kawasan Petak Enam, perlu didukung oleh pemerintah pusat dan daerah sesuai dengan implementasi Undang-Undang No. 33 (2014) tentang Jaminan Produk Halal. Penerapan konsep Muslim-Friendly Tourism yang memperhatikan kebutuhan wisatawan muslim di Petak Enam dapat meningkatkan citra destinasi ini sebagai tujuan wisata yang ramah muslim dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah. Dengan strategi yang tepat, Petak Enam bisa menjadi salah

satu destinasi wisata unggulan di Jakarta Barat dan menarik minat wisatawan muslim dari berbagai negara.

Dari data yang diperoleh dari website dinarstandard.com pada tahun 2022 mengenai *The State Global Islamic Economy Report*, dapat disimpulkan bahwa muslim di seluruh dunia menghabiskan US\$2 triliun pada tahun 2021 untuk makanan, obat-obatan, kosmetik, busana, perjalanan, dan media. Pengeluaran ini mencerminkan pertumbuhan dari tahun ke tahun sebesar 8,9 persen dan diproyeksikan akan mencapai US\$2,8 triliun pada tahun 2025 dengan tingkat pertumbuhan tahunan kumulatif sebesar 7,5 persen.

Halal memiliki arti sebagai sesuatu yang bebas dari bahaya duniawi (di dunia) dan ukhrawi (di akhirat) atau sesuatu yang dibolehkan dan sesuai dengan ketentuan atau syariat Islam. Sedangkan Haram merupakan kebalikan dari halal, yaitu sesuatu yang dilarang oleh syariat Islam untuk dikonsumsi serta dilakukan, kecuali dalam keadaan terpaksa.

Pariwisata halal merupakan pariwisata yang sesuai dengan ajaran Islam, dijalankan dalam rangka menyediakan kebutuhan wisata bagi pemeluk agama Islam yang sesuai dengan kebiasaan agama pribadi mereka saat bepergian. Namun, pariwisata halal tidak eksklusif untuk orang Muslim saja, karena baik muslim maupun non-Muslim semua dapat menikmati layanan berdasarkan nilai-nilai syariah dan wisata halal juga tidak hanya destinasi ziarah dan religi, tetapi juga mencakup destinasi lainnya yang menjamin ketersediaan fasilitas pendukung seperti restoran dan hotel dengan makanan halal serta tempat ibadah.

Destinasi yang baik untuk *Muslim-friendly Tourism* adalah Petak Enam, yang mencakup kebutuhan dari wisatawan muslim dan memiliki daya tarik wisata yang autentik. Selain itu, pemerintah dan pemangku kepentingan di daerah tersebut perlu berusaha menyediakan fasilitas yang ramah muslim untuk menarik lebih banyak wisatawan muslim dan meningkatkan citra destinasi sebagai tempat yang menyambut wisatawan muslim dengan baik.

Studi penelitian di Korea Selatan menunjukkan bahwa pemerintah negara tersebut berusaha menyediakan berbagai fasilitas ramah muslim, seperti tanda mushola yang banyak, restoran halal, dan tempat belanja makanan halal, untuk menjadikan Korea Selatan sebagai destinasi wisata yang ramah muslim.

Secara keseluruhan, implementasi *Muslim-friendly Tourism* berpengaruh pada citra destinasi, dan kajian mengenai pengaruh implementasi ini dapat diterapkan pada Petak Enam, Jakarta Barat, sebagai destinasi wisata yang ramah muslim untuk menarik lebih banyak wisatawan muslim dan meningkatkan daya tarik wisata di kawasan tersebut. Berdasarkan fenomena yang sudah dijabarkan pada Latar Belakang di atas, didapatkan sebuah rumusan masalah untuk penelitian ini adalah, Bagaimana Implementasi dari *Muslim-friendly Tourism* yang ada di Petak Enam, Jakarta Barat, dan Bagaimana hubungan antara *Muslim-friendly Tourism* serta Citra Destinasi dari Petak Enam, Jakarta Barat.

METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan suatu rangkaian kegiatan yang direncanakan dan sistematis, dilakukan dengan cara-cara tertentu untuk mengkaji, mempelajari, atau menyelidiki suatu permasalahan guna mendapatkan jawaban atau penyelesaian, dengan tujuan untuk memperkaya ilmu pengetahuan atau memecahkan masalah yang dihadapi (Prof. Dr. H. Djaali, 2020:1). Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif, yang bertujuan untuk menemukan pengaruh antar variabel yang diuji (Sugiyono, 2017). Metode penelitian kuantitatif merupakan

metode penelitian yang didasari atas data konkret terkait dengan masalah yang diteliti, yaitu data penelitian dalam bentuk angka-angka yang diukur dengan statistik sebagai alat uji perhitungan untuk mendapatkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2018).

Populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke Petak Enam, Jakarta Barat pada rentang waktu Januari 2022 – Desember 2022, yang berjumlah sebanyak 264,656 pengunjung. Sampel penelitian dipilih dengan menggunakan teknik *non-probability sampling*. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan yaitu menggunakan rumus sloavin dengan hasil sebanyak 100 responden.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu kuesioner atau angket untuk data primer dan observasi serta teknik dokumentasi untuk data sekunder. Kuesioner atau angket digunakan untuk mengumpulkan data primer dengan menggunakan skala Likert sebagai instrumen. Peneliti akan menggunakan *Google Forms* sebagai cara pengiriman kuesioner kepada responden. Selain itu, observasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dengan melakukan pengamatan sistematis terhadap layanan dan fasilitas yang disediakan oleh Petak Enam untuk wisatawan dan umat Muslim di Jakarta Barat. Teknik dokumentasi digunakan untuk mendukung observasi dengan mencatat data dari dokumen atau arsip yang memiliki kredibilitas sebagai sumber data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen data dengan 6 pertanyaan mengenai karakteristik responden, 10 pertanyaan mengenai variabel Muslim-friendly Tourism (X), dan 20 pertanyaan mengenai variabel Citra Destinasi (Y). Kuesioner ini menggunakan Skala Likert dengan 5 tingkat persepsi yang harus dipilih oleh masing-masing responden terhadap pernyataan yang disediakan. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, yang merupakan pengunjung Petak Enam yang sudah berkunjung minimal 2 kali. Data yang dikumpulkan dari kuesioner ini akan digunakan untuk menghitung nilai Variabel Muslim-friendly Tourism (X) dan Citra Destinasi (Y) dengan menggunakan tabel Skala Likert yang telah disediakan.

Analisis Deskriptif dari Variabel Penelitian

Muslim-friendly Tourism (X)

Tabel 4. 1 Hasil olah data Deskriptif Variabel *Muslim-friendly Tourism (X)*

Dimensi	Item	Mean per item	Standar Deviasi per item	Mean per dimensi
<i>Physical Attributes</i>	X.1	4.08	.662	4,01 (Tinggi)
	X.2	4.07	.671	
	X.3	4.05	.672	
	X.4	3.90	.759	
	X.5	3.99	.745	
<i>Non-Physical Attributes</i>	X.6	4.05	.626	4.09 (Tinggi)
	X.7	4.03	.643	
	X.8	4.20	.682	
	X.9	4.06	.679	
	X.10	4.13	.661	

Sumber: Data diolah Peneliti, (2023)

Berdasarkan informasi yang diberikan dan didapatkan, benar adanya bahwa rekapitulasi mean variabel *Muslim-friendly Tourism* pada Petak Enam, Jakarta Barat adalah sebesar 4,05. Mean tersebut berada pada interval kelas 3,90 - 4,20 dengan kategori "Tinggi." Artinya, mayoritas responden menyatakan bahwa penerapan attribute fisik (*Physical Attributes*) dan Attribut Non-fisik (*Non-Physical Attributes*) dari *Muslim-friendly Tourism* pada Petak Enam, Jakarta Barat dinilai "baik".

Citra Destinasi (Y)

Tabel 4. 2 Hasil olah data Deskriptif Variabel Citra Destinasi (Y)

Dimensi	Item	Mean per item	Standar Deviasi per item	Mean per dimensi
<i>Vague and Realistic Image</i>	Y.1	3.93	.714	3.90 (Tinggi)
	Y.2	3.80	.667	
	Y.3	3.97	.703	
	Y.4	3.92	.631	
	Y.5	3.90	.628	
<i>Distortion of Image</i>	Y.6	4.10	.732	4.10 (Tinggi)
	Y.7	4.16	.735	
	Y.8	4.02	.765	
	Y.9	4.12	.715	
	Y.10	4.12	.742	
<i>Improved Image</i>	Y.11	4.13	.677	4.18 (Tinggi)
	Y.12	4.17	.667	
	Y.13	4.21	.656	
	Y.14	4.09	.683	
	Y.15	4.34	.685	
<i>Resulting Image</i>	Y.16	4.12	.729	4.19 (Tinggi)
	Y.17	4.14	.711	
	Y.18	4.27	.709	
	Y.19	4.21	.624	
	Y.20	4.25	.657	

Sumber: Data diolah Peneliti, (2023)

Berdasarkan Tabel 4.2, peneliti dapat menyimpulkan bahwa rekapitulasi mean variabel Citra Destinasi didapatkan nilai mean atau rata-rata sebesar 4,07. Mean tersebut berada pada interval kelas 3,80 – 4,34 dengan kategori "tinggi" atau "baik", memiliki arti bahwa Citra Destinasi yang dimiliki pada destinasi Petak Enam menurut sebagian besar responden dinilai sangat baik.

Uji Validitas

Uji Validitas Dimensi *Muslim-friendly Tourism* (X)

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas *Muslim-friendly Tourism* (X)

Dimensi	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
<i>Physical Attributeis</i>	X1.1	0.676	0,196	Valid
	X1.2	0.658	0,196	Valid
	X1.3	0.603	0,196	Valid

	X1.4	0.740	0,196	Valid
	X1.5	0.721	0,196	Valid
<i>Noin-Physical Attributeis</i>	X1.6	0.693	0,196	Valid
	X1.7	0.603	0,196	Valid
	X1.8	0.686	0,196	Valid
	X1.9	0.740	0,196	Valid
	X1.10	0.532	0,196	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti, (2023)

Dilihat dari pemaparan data pada Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa variabel *Muslim-friendly Tourism* memperoleh r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator dari variabel *Muslim-friendly Tourism* dinyatakan sesuai (valid).

Uji Validitas Dimensi Citra Destinasi (Y)

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Citra Destinasi (Y)

Dimensi	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
<i>Vague and Realistic Image</i>	Y1.1	0.324	0.196	Valid
	Y1.2	0.282	0.196	Valid
	Y1.3	0.458	0.196	Valid
	Y1.4	0.432	0.196	Valid
	Y1.5	0.531	0.196	Valid
<i>Distortion of Image</i>	Y1.6	0.453	0.196	Valid
	Y1.7	0.668	0.196	Valid
	Y1.8	0.673	0.196	Valid
	Y1.9	0.629	0.196	Valid
	Y1.10	0.722	0.196	Valid
<i>Improved Image</i>	Y1.11	0.713	0.196	Valid
	Y1.12	0.618	0.196	Valid
	Y1.13	0.673	0.196	Valid
	Y1.14	0.595	0.196	Valid
	Y1.15	0.662	0.196	Valid
<i>Resulting Image</i>	Y1.16	0.626	0.196	Valid
	Y1.17	0.659	0.196	Valid
	Y1.18	0.677	0.196	Valid
	Y1.19	0.633	0.196	Valid
	Y1.20	0.574	0.196	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti, (2023)

Dilihat dari pemaparan data Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Destinasi memperoleh r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator dari variabel Citra Destinasi dinyatakan sesuai (valid).

Uji Reliabilitas**Uji Reliabilitas Dimensi Muslim-friendly Tourism (X)****Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas *Muslim-friendly Tourism* (X)**

Dimensi	Jumlah item	Hasil <i>Cronbach</i> <i>Alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach</i> <i>Alpha</i>	Keterangan
<i>Muslim-friendly Tourism</i>	10	0.891	0.600	<i>Reliable</i>

Sumber: Data diolah Peneliti, (2023)

Hasil pengujian Validitas variabel *Muslim-friendly Tourism* menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* dari variabel *Muslim-friendly Tourism* > 0,60 yaitu 0,891. Berdasarkan sajian data tersebut maka dapat disimpulkan kuesioner pada variabel *Muslim-friendly Tourism* dinyatakan sesuai (valid).

Uji Reliabilitas Dimensi Citra Destinasi (Y)**Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Citra Destinasi (Y)**

Dimensi	Jumlah item	Hasil <i>Cronbach</i> <i>Alpha</i>	Koefisien <i>Cronbach</i> <i>Alpha</i>	Keterangan
Citra Destinasi	20	0.918	0.600	<i>Reliable</i>

Sumber: Data diolah Peneliti, (2023)

Hasil pengujian Validitas variabel Citra Destinasi menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* dari variabel Citra Destinasi > 0,60 yaitu 0,918. Berdasarkan sajian data tersebut maka dapat disimpulkan kuesioner pada variabel Citra Destinasi dinyatakan sesuai (valid).

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel independen dan dependen. Berikut ini merupakan sajian output analisis yang dilakukan sebagai berikut ini:

Gambar 1.2 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	34.248	5.583		6.134	.000		
	Muslim-Friendly Tourism	1.177	.137	.656	8.607	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Citra Destinasi

Berdasarkan Gambar 1.2 Hasil analisis dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

- Variabel independen yaitu *Muslim-friendly Tourism* terdapat koefisiensi yang bernilai positif terhadap variabel dependen Citra Destinasi yaitu positif *constant* 34,248.
- Koefisien variabel Muslim-friendly Tourism memberikan hasil perhitungan analisa sebesar 1,177 yang artinya bahwa variabel *Muslim-friendly Tourism* memberikan hasil

positif dan dapat disimpulkan bahwa setiap 1 unit X akan menambah nilai y sebesar 1,177.

Uji Hipotesis Penelitian

Untuk menjawab hasil pengujian hipotesis pengaruh variabel independen secara parsial dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

Uji T

Gambar 1.3 Hasil Uji T

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	34.248	5.583		6.134	.000		
	Muslim-Friendly Tourism	1.177	.137	.656	8.607	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Citra Destinasi

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Oleh Peneliti (2023)

- Berdasarkan data pada Gambar 1.3 diketahui t-hitung untuk X adalah sebesar 8,607. Untuk menentukan nilai pada t-tabel dapat menggunakan lampiran statistik t-tabel. Sehingga didapatkan nilai t-tabel sebesar 1.660.
- Pengaruh variabel Muslim-friendly Tourism (X) terhadap Citra Destinasi (Y) pada tabel uji statistik t, nilai t-hitung $8.607 > t\text{-tabel } 1.660$. Dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diartikan pernyataan hipotesis diterima karena terdapat pengaruh dan signifikan antara Muslim-friendly Tourism (X) terhadap Citra Destinasi dimana (H1 diterima dan H0 ditolak), sehingga dapat diartikan hipotesis terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara Muslim-friendly Tourism terhadap Citra Destinasi.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui tingkat koefisien determinasi antara variabel independent terhadap variabel dependent dapat menggunakan metode pengukuran *R-square* yang dapat dianalisa sebagai berikut ini:

Gambar 1.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656 ^a	.431	.425	6.57916

a. Predictors: (Constant), Muslim-Friendly Tourism

b. Dependent Variable: Citra Destinasi

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner Oleh Peneliti (2023)

Berdasarkan data Gambar 1.4 diatas dapat dilihat bahwa nilai R-square untuk variabel *Muslim-friendly Tourism* adalah sebesar 0.431 atau 43,1%. Dapat diartikan bahwa terdapat besarnya pengaruh variabel *Muslim-friendly Tourism* sebesar 43,1% terhadap brand image. Sedangkan sisanya 56,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisa dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis mengenai pengaruh *Muslim-friendly Tourism* terhadap Citra Destinasi di Petak Enam, Jakarta Barat, dapat diambil beberapa kesimpulan. Mayoritas responden yang telah mengunjungi Petak Enam memiliki opini bahwa faktor *Non-Physical Attributes* menjadi hal yang diutamakan oleh pengunjung muslim. Mereka memberikan pengalaman positif pada dimensi tersebut. Selain itu, mayoritas responden yang telah mengunjungi Petak Enam merasa puas dengan fasilitas-fasilitas ramah muslim yang disediakan, sehingga membuat mereka yakin dan siap untuk membagikan pengalaman tersebut kepada orang lain.

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan baik secara individual maupun simultan antara variabel *Muslim-friendly Tourism* terhadap Citra Destinasi. Pengaruh *Muslim-friendly Tourism* mencapai sekitar 33,8% terhadap Citra Destinasi, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijadikan variabel dalam penelitian ini.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah penerapan *Muslim-friendly Tourism* memiliki dampak positif dalam meningkatkan Citra Destinasi di Petak Enam, Jakarta Barat. Upaya untuk menyediakan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah Islam dapat meningkatkan daya tarik destinasi dan menarik lebih banyak wisatawan muslim untuk mengunjungi Petak Enam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ab, A. (2018). Pengaruh Citra Destinasi terhadap Intensi Wisatawan Berkunjung Kembali di Destinasi Sulawesi Selatan Tahun 2014. *Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Intensi Wisatawan Berkunjung Kembali di Destinasi Sulawesi Selatan Tahun 2014*, 20(3).
- Aliffia, G. P., & Komaladewi, R. (2021). *Halal Friendly Attribute of Muslim Travellers Toward A Non-Muslim Destination*. *At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen*, 5(1), 1-10.
- Apriliyanti, E., Hidayah, S., & ZA, S. Z. (2020). Pengaruh daya tarik wisata, citra destinasi dan sarana wisata terhadap kepuasan wisatawan citra niaga sebagai pusat cerminan budaya khas kota Samarinda. *Jurnal Manajemen*, 12 (1), 145-153.
- Asyafri, D. P. (2019). Analisis *Islamic Religious Attributes* pada Atribut Produk Wisata sebagai Pembentuk Citra Destinasi Wisata Ramah Muslim (Studi pada Korea Selatan sebagai Negara Non-OKI penyedia Destinasi Wisata Ramah Muslim) (*Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya*).
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). *Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future*. *Tourism management perspectives*, 19, 150-154.
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Siregar, R. M. R. A. (2022). Analisis bibliometrik pariwisata halal untuk mengeksplorasi determinan daya saing destinasi wisata. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 2(2), 106-121.
- Dasangga, D. G. R., & Ratnasari, R. T. (2022). Pengaruh Destinasi Halal Terhadap Daya Tarik Destinasi: Penilaian Niat Berkunjung Wisatawan. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan*, 6 (02), 219-240.
- Fatmawati, A. A., & Santoso, S. (2020). Penguatan rantai nilai pariwisata sebagai strategi pengembangan kawasan Kota tua Jakarta menjadi kawasan wisata ramah muslim. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 6 (03), 284-304.
- Firstantin, T. A. R. G., & Hasanah, U. (2021). Perkembangan Wisata Halal di Korea Selatan

- (Studi Kasus Perspektif Masyarakat Indonesia di Korea Selatan). *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8(1), 259-77.
- Fitra, A. A., & Ceha, R. (2021). Pengukuran Prioritas Pelayanan pada Sektor Pariwisata Muslim Friendly di Taman Wisata Alam Gunung Papandayan Garut. *Jurnal Riset Teknik Industri*, 96-102.
- Gibtiah, G., Desiana, L., & Aryanti, A. (2018). Analisis *Muslim Friendly Tourism, Living Cost, Culture* dan kurs Valuta Asing terhadap Minat Wisatawan Muslim Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Berkunjung Ke Jepang. *Nurani: Jurnal Kajian Syari'ah dan Masyarakat*, 18(1), 45-60.
- Gultom, D. K., & Christiana, I. (2018). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap citra destinasi dan kepuasan wisatawan serta implikasinya terhadap loyalitas wisatawan. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Habibah Ilmi, K. U. N. N. Y. (2022). Kebijakan *Muslim Friendly Tourism* Oleh Pemerintah Korea Selatan Tahun 2015-2019 (*Doctoral dissertation*, UPN"Veteran" Yogyakarta).
- Irda, I., Yuliviona, R., & Azliyanti, E. (2019). Pengaruh *Islamic Attributes* dan *Quality Service* Terhadap *Islamic Tourist Satisfaction* Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung di Kota Padang. *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 99-113.
- Junaidi, J. (2020). *Halal-friendly tourism and factors influencing halal tourism*. *Management Science Letters*, 10(8), 1755-1762.
- Kuncoro, B. R. (2022). Anteseden Dan Konsekuensi Citra Destinasi Wisata Halal.
- Kusumaningtyas, M., & Ari Prasetyo, S. E. (2022). Serial Pemasaran Islam: Pariwisata Halal. *Zifatama Jawa*.
- Liu, Y. C., Li, I. J., Yen, S. Y., & Sher, P. J. (2018). *What makes Muslim friendly tourism? An empirical study on destination image, tourist attitude and travel intention*. *Advances in Management and Applied Economics*, 8(5), 27-43.
- Mahardika, R. (2020). Strategi Pemasaran Wisata Halal. *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam*, 3(1), 65-86.
- Mandalia, S., Yulianda, H., & Adriz, H. (2022). *Analysis oif Muslim-Frieindly Tourism Potential in Padang Ganting Hot Spring Tourism, Tanah Datar District, West Sumatra, Indonesia*. *Jurnal Pariwisata Nusantara (JUWITA)*, 1(3), 264-272.
- Muhamad, N. S. A., Sulaiman, S., Adham, K. A., & Said, M. F. (2019). *Halal tourism: literature synthesis and direction for future research*. *Pertanika Journal of Social Science and Humanities*.
- Muliawanti, L., & Susanti, D. (2020). Digitalisasi destinasi sebagai strategi pengembangan promosi pariwisata di Kabupaten Magelang. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(02), 135-143.
- Nisthar, S., & Mustafa, A. M. M. (2019). *An econometric analysis of global Muslim travel index: a study on the perspectives of permitted tourism industry in the global context*.
- Noviyani, N. A., & Ratnasari, R. T. (2021). Pengaruh *halal destination attributes* di sumatera barat terhadap wisatawan muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(4), 401-412.
- Permadi, L. A., & Muttaqillah, W. R. (2021). Kriteria *Homestay* di Desa Wisata Yang Memenuhi Prinsip-Prinsip Wisata Halal: Sebuah Kajian Teori. *Jurnal Magister Manajemen Unram Vol*, 10(3), 227-235.
- Rahmiati, F., & Fajarsari, A. R. (2020). *The Role Of Religiousity Mediating Islamic Attributes On Tourist Preference At Sharia-Compliance Hotel*. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 54-63.

- Ramadhani, S. A., Kurniawati, M., & Nata, J. H. (2019, July). *Effect of destination image and subjective norm toward intention to visit the world best halal tourism destination of Lombok Island in Indonesia*. In *KnE Social Sciences/ International Conference on Islam, Economy, and Halal Industry (ICIEHI)* (Vol. 1, pp. 83-95). KnE Social Science, Knowledge E
- Rhama, B. (2022). *The halal tourism–alternative or mass tourism? Indications of traditional mass tourism on crescent rating guidelines on halal tourism*. *Journal of Islamic Marketing*, 13(7), 1492-1514.
- Ridwan, M. (2019). Nilai Filosofi Halal Dalam Ekonomi Syariah. *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1), 14-29.
- Rasyid, R. I., & Dewi, C. K. (2019). *Factors Of Muslim-Friendly Amenities & Lifestyle And Service Quality Affecting Halal Travel Intention To Indonesia*. *Tourism Scientific Jurnal*, 5(1).
- Rozi, F., & Camelia, A. (2022). Studi Kelayakan Destinasi Wisata Ramah Muslim untuk Meningkatkan Citra Wisata di Sumenep (Studi Kasus Pantai Lombang dan Pantai e-Kasoghi Kabupaten Sumenep). *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam*, 4(2), 433-446.
- Sahli, M. (2021). Implementasi Kebijakan Pariwisata Halal Menuju Ekosistem Wisata Ramah Muslim. *Jurnal Kebijakan Publik*, 12(2), 81-86.
- Santoso, S., Fatmawati, A. A., Ubaidillah, R., Widyanty, W., & Isa, S. M. (2021). *Analysis of Muslim Friendly Tourism Development in Indonesia*. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(2).
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). *The effect of halal certification and halal awareness through interest in decisions on buying halal food products*. *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65-79.
- Sochimim, S. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pariwisata. *el-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 255-278.
- Subarkah, A. R., & Rachman, J. B. (2020). *Destination branding Indonesia sebagai destinasi Wisata halal*. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 84-97.
- Sudiarta, I. N. (2012). Membangun Citra (Destinasi) Pariwisata Seberapa Pentingkah. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 7(31), 60-75.
- Sumaryadi, S., Hurriyati, R., Gaffar, V., & Wibowo, L. A. (2020). *The quality of halal tourism destinations: An empirical study of Muslim foreign tourists*. In *Advances in Business, Management and Entrepreneurship* (pp. 150-154). CRC Press.
- Suyatman, U., Ruminda, R., & Ika Yatmikasari, I. (2019). Pengembangan Muslim Friendly Tourism dalam konsep Pariwisata di Pulau Dewata.
- Prastini, N., & Pratiwi, R. Z. (2020). Promosi dan pemasaran pariwisata objek wisata Tirta Sinongkoi dalam upaya menarik wisatawan. *Profesi umas*, 5(1), 38-57.
- Putra, M. F. S., & Tucunan, K. P. (2021). *The concept of halal tourism and the fulfillment of muslim tourist needs in halal tourism*. *Halal Research Journal*, 1(2), 56-62.
- Wahyuni, S., & Rahmawati, R. (2021). Analisis Potensi Pariwisata Syariah Di Nusa Tenggara Barat (Studi Kasus Pantai Lawata Di Kota Bima). *Jurnal Ar-Ribh*, 4(1).
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3 (2), 96-102.