

Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Fasilitas dan Layanan Wisata di Ujung Genteng

Aria Sukma Perdana¹, Budi Setiawan²

Politeknik Sahid Pariwisata, Indonesia¹

Universitas Pradita, Indonesia²

Email: ariasukma82@gmail.com, budi.setiawan@pradita.ac.id

Kata Kunci

Fasilitas wisata;
Layanan wisata;
Persepsi wisatawan Muslim;
Ujung Genteng; Wisata halal.

ABSTRAK

Ujung Genteng merupakan destinasi wisata pantai di Jawa Barat yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata halal di tengah meningkatnya permintaan pariwisata syariah di Indonesia. Penelitian ini dipilih karena potensi Ujung Genteng sebagai destinasi wisata halal yang dapat dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, sejalan dengan meningkatnya permintaan pariwisata syariah di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi wisatawan Muslim terhadap fasilitas dan layanan wisata di Ujung Genteng sebagai salah satu destinasi wisata potensial di Jawa Barat. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur kepada 10 responden wisatawan Muslim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas tempat ibadah di kawasan wisata ini sudah tersedia namun masih memiliki keterbatasan pada kapasitas mushola dan fasilitas wudhu. Restoran halal cukup banyak ditemukan, tetapi kurangnya sertifikasi halal resmi memengaruhi tingkat kepercayaan wisatawan. Fasilitas sanitasi dinilai memadai walaupun masih terdapat kekurangan pada aspek pemisahan area pria dan wanita. Dari segi layanan, keramahan petugas wisata mendapat penilaian positif, namun sebagian besar responden menyarankan adanya pelatihan pariwisata halal untuk meningkatkan pemahaman petugas terhadap kebutuhan wisatawan Muslim. Sementara itu, penginapan ramah syariah dan aktivitas wisata yang sesuai nilai-nilai Islam masih menjadi kebutuhan yang belum terpenuhi sepenuhnya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Ujung Genteng memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata halal dengan catatan diperlukan perbaikan fasilitas, layanan, serta sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat setempat untuk menciptakan citra destinasi wisata yang ramah Muslim.

Keywords

Facilities; Halal tourism; Muslim tourist perceptions; Services; Tourism; Ujung Genteng.

ABSTRACT

Ujung Genteng, a coastal tourism destination in West Java, has significant potential to be developed as a halal tourism destination amid the growing demand for sharia tourism in Indonesia. This study aims to analyze Muslim tourists' perceptions of facilities and services in Ujung. This study was chosen due to Ujung Genteng's potential as a halal tourism destination that can be developed to meet the needs of Muslim tourists, in line with the increasing demand for sharia tourism in Indonesia. This study aims to analyze Muslim tourists' perceptions of tourism facilities and services in Ujung Genteng, a potential tourist destination in West Java. The method used was a qualitative descriptive approach with data collection through semi-structured interviews with 10 Muslim tourist respondents. The results showed that places of worship in this tourist area are available but still face limitations in terms of prayer room capacity and ablution facilities. Halal restaurants are quite numerous,

but the lack of official halal certification affects tourists' level of trust. Sanitation facilities are considered adequate, although there are still shortcomings in the aspect of separating male and female areas. In terms of service, the friendliness of tourism staff received a positive assessment, but most respondents suggested halal tourism training to improve staff's understanding of the needs of Muslim tourists. Meanwhile, Sharia-friendly accommodation and tourism activities that align with Islamic values remain unmet needs. This study concludes that Ujung Genteng has significant potential as a halal tourism destination, with the necessary improvements to facilities and services, as well as synergy between the government, businesses, and the local community to create a Muslim-friendly image.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi daerah dan nasional, tidak hanya melalui penyumbangan devisa tetapi juga melalui penciptaan lapangan kerja dan promosi kekayaan budaya serta keindahan alam Indonesia (Rahma, 2020; Sabon et al., 2018; Wibowo et al., 2017). Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisata halal yang responsif terhadap kebutuhan wisatawan Muslim, sebuah segmen pasar yang terus berkembang seiring meningkatnya kesadaran akan kepatuhan syariah dalam aktivitas wisata. Konsep pariwisata halal mencakup lebih dari sekadar penyediaan makanan dan minuman halal; ia melibatkan fasilitas seperti tempat ibadah yang memadai, akomodasi berbasis syariah, dan aktivitas wisata yang sesuai dengan nilai-nilai Islam (Al Mustaqim, 2023; Aponno, 2020; Ismawan & Amalia, 2022). Dalam konteks ini, persepsi wisatawan Muslim terhadap fasilitas dan layanan menjadi kunci untuk mengevaluasi kesiapan destinasi dalam memenuhi ekspektasi pasar ini. Studi oleh Alfisyahri et al. (2025) menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap potensi pariwisata halal di Kota Jambi meningkatkan minat kunjungan, sebuah temuan yang relevan untuk destinasi seperti Ujung Genteng yang memiliki potensi alam luar biasa namun masih memerlukan pengembangan infrastruktur halal untuk menarik wisatawan Muslim secara maksimal (Alfisyahri et al., 2025). Ujung Genteng, sebuah destinasi wisata pantai di Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat, dikenal dengan panorama alamnya yang menakjubkan, termasuk pantai berpasir putih, pemandangan matahari terbenam yang memukau, dan keanekaragaman hayati laut yang menjadi habitat penyu (Adiyani & Rustiawan, 2019; Dayanti, 2018; Sulindra & Puspitasari, 2024; Zulfikri, 2022).

Daya tarik ini telah menarik wisatawan lokal dan mancanegara, namun untuk bersaing dalam pasar pariwisata halal, Ujung Genteng perlu memastikan bahwa fasilitas dan layanan yang disediakan memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, seperti restoran bersertifikat halal, mushola yang mudah diakses, dan penginapan yang ramah keluarga serta sesuai norma syariah. Kerangka RIDA (Responsible, Immersive, Digital, Assured) menawarkan pendekatan untuk memahami persepsi wisatawan Muslim, dengan menekankan pentingnya pariwisata bertanggung jawab, pengalaman immersif yang selaras dengan budaya lokal, integrasi digital untuk akses informasi halal, dan jaminan keamanan selama beribadah. Anggita et al. (2025) menemukan bahwa kerangka ini efektif dalam membentuk persepsi positif di destinasi non-Muslim, sebuah konsep yang dapat diterapkan di Ujung Genteng melalui penyediaan aplikasi digital yang memetakan fasilitas halal dan memastikan pengalaman wisata yang syariah-compliant (Anggita et al., 2025).

Persepsi wisatawan Muslim terhadap fasilitas dan layanan wisata di Ujung Genteng menjadi indikator penting dalam menilai kesiapan destinasi untuk masuk ke kategori pariwisata halal. Persepsi ini dipengaruhi oleh faktor seperti pengalaman pribadi, kualitas layanan,

kenyamanan, keamanan, dan kesesuaian fasilitas dengan prinsip Islam. Penelitian oleh Zakinah dan Alawi (2024) menunjukkan bahwa fasilitas halal, seperti makanan dan akomodasi syariah, secara signifikan memengaruhi loyalitas wisatawan Muslim di Bali, sebuah temuan yang relevan untuk Ujung Genteng di mana penyediaan mushola di area pantai dan sertifikasi halal untuk warung makan lokal dapat meningkatkan persepsi positif. Penelitian ini penting untuk memberikan gambaran nyata tentang sejauh mana Ujung Genteng telah memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu diperbaiki, seperti aksesibilitas tempat ibadah atau pelatihan bagi pelaku wisata lokal. Dengan demikian, pengelola destinasi dan pemerintah daerah dapat merumuskan strategi pengembangan yang berfokus pada peningkatan fasilitas dan layanan halal untuk memperkuat posisi Ujung Genteng di pasar pariwisata halal (Zakinah & Alawi, 2024).

Kebutuhan akan destinasi wisata halal semakin mendesak seiring dengan proyeksi Global Muslim Travel Index (GMTI) yang memperkirakan jumlah wisatawan Muslim global mencapai 230 juta pada tahun 2028. Wisatawan Muslim memiliki preferensi khusus, termasuk aspek spiritualitas, kebersihan, dan privasi, yang memengaruhi pilihan destinasi mereka. Destinasi yang tidak responsif terhadap kebutuhan ini berisiko kehilangan peluang pasar yang signifikan. Ujung Genteng, dengan potensi alamnya, memiliki peluang besar untuk menjadi destinasi halal unggulan di Jawa Barat jika mampu menyediakan fasilitas seperti toilet bersih, area mandi tertutup untuk privasi, dan layanan ramah Muslim. Taufiq (2020) menyoroti bahwa perbedaan persepsi antara istilah pariwisata halal dan ramah Muslim memengaruhi ekspektasi wisatawan, di mana Ujung Genteng dapat memosisikan diri sebagai destinasi ramah Muslim untuk menarik segmen yang lebih luas sambil secara bertahap meningkatkan standar halal. Dengan memanfaatkan keindahan alam dan keanekaragaman hayati, seperti wisata edukasi penyu, Ujung Genteng dapat membangun citra sebagai destinasi yang inklusif dan sesuai dengan nilai-nilai Islam (Taufiq, 2020).

Fokus penelitian terhadap persepsi wisatawan Muslim di Ujung Genteng mencakup analisis fasilitas umum seperti tempat ibadah, toilet, dan restoran halal, serta layanan yang diberikan oleh pengelola destinasi, penyedia akomodasi, dan masyarakat sekitar. Pendekatan kualitatif dan kuantitatif digunakan untuk memahami pengalaman wisatawan dan memberikan rekomendasi praktis bagi pemangku kepentingan. Cupian et al. (2023) menemukan bahwa persepsi positif terhadap fasilitas halal di Bandung secara signifikan memengaruhi keputusan kunjungan, sebuah temuan yang relevan untuk Ujung Genteng di mana ketersediaan makanan halal dan mushola dapat menjadi faktor penentu. Penelitian ini juga mengevaluasi bagaimana pengalaman wisatawan memengaruhi niat mereka untuk kembali atau merekomendasikan destinasi, yang penting untuk promosi berkelanjutan. Dengan meningkatkan layanan seperti pelatihan keramahan syariah bagi warga lokal, Ujung Genteng dapat memperkuat citra sebagai destinasi yang ramah Muslim, mendukung pertumbuhan ekonomi lokal melalui pariwisata (Cupian et al., 2023).

Sikap penduduk lokal dan fasilitas Islami memainkan peran penting dalam membentuk persepsi wisatawan Muslim terhadap Ujung Genteng, dengan kepercayaan merek sebagai mediator utama. Fathoni et al. (2025) menemukan bahwa di Kabupaten Samosir, sikap ramah penduduk lokal dan fasilitas seperti mushola meningkatkan kepercayaan wisatawan, yang pada gilirannya memperkuat persepsi destinasi sebagai ramah Muslim. Di Ujung Genteng, pelatihan bagi nelayan dan pelaku wisata lokal untuk memahami kebutuhan wisatawan Muslim, seperti menyediakan informasi waktu sholat atau makanan halal, dapat meningkatkan persepsi positif. Teori ini menekankan bahwa kepercayaan merek dibangun melalui konsistensi layanan, seperti sertifikasi halal untuk warung makan di pantai, yang dapat mendorong kunjungan berulang. Dengan demikian, kolaborasi antara pemerintah daerah dan komunitas lokal di Ujung Genteng dapat

memastikan bahwa fasilitas dan layanan memenuhi standar syariah, memperkuat posisi destinasi dalam pasar pariwisata halal (Fathoni et al., 2025).

Religiusitas dan kualitas layanan menjadi faktor penentu dalam membentuk persepsi wisatawan Muslim terhadap destinasi seperti Ujung Genteng, di mana kebutuhan spiritual dan kenyamanan fisik harus seimbang. Fatimah dan Sugianto (2024) menemukan bahwa religiusitas memoderasi hubungan antara kualitas layanan dan minat kunjungan, dengan wisatawan yang memiliki tingkat religiusitas tinggi lebih memprioritaskan fasilitas seperti air wudu dan makanan halal. Di Ujung Genteng, peningkatan kualitas layanan, seperti kebersihan pantai dan responsivitas staf terhadap kebutuhan syariah, dapat meningkatkan persepsi positif. Teori ini juga terhubung dengan Technology Acceptance Model, di mana integrasi teknologi seperti aplikasi pemesanan akomodasi halal dapat memperkuat minat kunjungan. Dengan memanfaatkan promosi digital yang menonjolkan fasilitas ibadah, Ujung Genteng dapat menarik wisatawan Muslim dari wilayah urban seperti Jakarta, mendukung pertumbuhan pariwisata halal yang berkelanjutan (Fatimah & Sugianto, 2024).

Citra destinasi dan religiusitas sebagai prediktor minat berkunjung wisata halal menyoroti pentingnya faktor psikologis dalam membentuk persepsi wisatawan Muslim terhadap Ujung Genteng. Sholichah (2025) menemukan bahwa citra destinasi yang positif, seperti persepsi Ujung Genteng sebagai pantai yang tenang dan alami, dikombinasikan dengan religiusitas tinggi, meningkatkan minat kunjungan. Berdasarkan Theory of Planned Behavior, persepsi terhadap fasilitas seperti mushola atau area piknik bebas alkohol memengaruhi niat behavioral wisatawan. Untuk Ujung Genteng, strategi branding sebagai “Pantai Halal Sukabumi” melalui kampanye media sosial dapat memperkuat citra, sementara peningkatan akses jalan dapat mengatasi hambatan persepsi. Teori ini juga menekankan loyalitas destinasi, di mana fasilitas syariah-compliant dapat mendorong kunjungan berulang, terutama pada musim libur seperti Lebaran, ketika wisatawan Muslim mencari destinasi keluarga yang sesuai nilai Islam (Sholichah, 2025).

Kelayakan sarana wisata halal di Ujung Genteng dapat dianalisis melalui teori evaluasi kelayakan, yang menilai aspek fisik, sosial, dan spiritual fasilitas wisata. Akbar et al. (2020) menemukan bahwa di Sembalun, kelayakan sarana seperti mushola dan makanan halal meningkatkan kepuasan wisatawan Muslim, sebuah temuan yang relevan untuk Ujung Genteng di mana penyediaan mushola portabel atau warung dengan sertifikasi halal dapat memperkuat persepsi positif. Teori ini menyoroti bahwa estetika alam, seperti sunset di Ujung Genteng, dapat mendukung kontemplasi spiritual, menarik wisatawan religius. Tantangan seperti kurangnya penerangan malam dapat diatasi dengan infrastruktur yang lebih baik, sesuai standar halal tourism dari Global Muslim Travel Index. Dengan memastikan aksesibilitas dan kebersihan, Ujung Genteng dapat memenuhi ekspektasi wisatawan Muslim, meningkatkan pengalaman wisata yang syariah-compliant (Akbar et al., 2020).

Perbedaan persepsi antara pariwisata halal dan ramah Muslim memengaruhi ekspektasi wisatawan di Ujung Genteng, di mana terminologi dapat membentuk pandangan terhadap fasilitas dan layanan. Taufiq (2020) menemukan bahwa wisatawan Muslim lebih responsif terhadap istilah halal untuk fasilitas inti seperti makanan, tetapi ramah Muslim untuk layanan umum seperti keramahan lokal. Di Ujung Genteng, promosi sebagai destinasi ramah Muslim dapat menarik wisatawan yang mencari keseimbangan antara alam dan fasilitas halal sederhana, seperti sajadah di homestay. Berdasarkan cognitive dissonance theory, ketidaksesuaian terminologi dapat menimbulkan ketidakpuasan, sehingga komunikasi pemasaran harus jelas. Survei persepsi dapat membantu menyesuaikan terminologi, memastikan fasilitas seperti area mandi tertutup memenuhi ekspektasi wisatawan Muslim, memperkuat inklusivitas destinasi (Taufiq, 2020).

Persepsi wisatawan terhadap Bali sebagai destinasi ramah Muslim memberikan wawasan untuk Ujung Genteng, dengan fokus pada makanan halal, fasilitas sholat, dan akomodasi syariah. Wiiasih dan Zamany (2023) menemukan bahwa elemen-elemen ini meningkatkan persepsi positif di Bali, sebuah model yang dapat diterapkan di Ujung Genteng melalui kemitraan dengan warung lokal untuk menu halal. Berdasarkan model SERVQUAL, dimensi tangibles seperti fasilitas fisik dan reliability layanan halal menjadi penentu kepuasan. Untuk mengatasi tantangan seperti musim hujan yang memengaruhi akses, Ujung Genteng dapat meningkatkan infrastruktur dan memanfaatkan promosi melalui komunitas Muslim untuk mendorong kunjungan kelompok, memperkuat posisi sebagai alternatif pantai halal yang terjangkau (Wiiasih & Zamany, 2023).

Loyalitas wisatawan Muslim terhadap destinasi seperti Ujung Genteng dapat dibangun melalui teori loyalitas berbasis persepsi, di mana fasilitas halal meningkatkan kepuasan dan komitmen jangka panjang. Zakinah dan Alawi (2024) menemukan bahwa di Bali, fasilitas halal seperti makanan dan akomodasi syariah mendorong loyalitas, sebuah temuan yang relevan untuk Ujung Genteng di mana festival penyus halal dapat memperkuat nilai halal yang dirasakan. Teori ini menunjukkan bahwa kepuasan memediasi hubungan antara fasilitas dan loyalitas, sehingga mushola pantai atau layanan eco-friendly dapat memperkuat ikatan emosional wisatawan. Dengan memanfaatkan media sosial untuk promosi narasi halal, Ujung Genteng dapat meningkatkan rekomendasi dan kunjungan berulang, mendukung pertumbuhan pariwisata berkelanjutan (Zakinah & Alawi, 2024).

Potensi pariwisata halal di Ujung Genteng dapat dioptimalkan dengan memahami persepsi wisatawan terhadap fasilitas dan layanan, sebagaimana ditunjukkan oleh studi di Kota Jambi. Alfisyahri et al. (2025) menemukan bahwa fasilitas seperti hotel syariah dan restoran halal meningkatkan minat kunjungan, sebuah temuan yang relevan untuk Ujung Genteng di mana wisata edukasi penyus dapat diintegrasikan dengan layanan halal. Berdasarkan resource-based view, sumber daya alam Ujung Genteng menjadi aset jika didukung oleh infrastruktur halal seperti eco-homestay bersertifikat. Strategi digital dapat mengatasi kurangnya promosi, memastikan wisatawan mengetahui layanan halal, sementara pemberdayaan UMKM lokal dapat meningkatkan pendapatan komunitas nelayan, mendukung pertumbuhan ekonomi melalui pariwisata halal (Alfisyahri et al., 2025).

Integrasi teori-teori persepsi di atas menunjukkan bahwa pengembangan Ujung Genteng sebagai destinasi halal memerlukan pendekatan holistik yang menggabungkan faktor psikologis, sosial, dan teknologi. Kerangka RIDA, pengaruh sikap lokal, dan peran religiusitas dalam citra destinasi menegaskan bahwa persepsi adalah jembatan antara potensi alam dan realisasi ekonomi. Dengan riset empiris berkelanjutan, pengelola dapat memantau persepsi untuk memastikan layanan seperti aksesibilitas difabel Muslim dan keberlanjutan lingkungan selaras dengan nilai Islam, menjadikan Ujung Genteng model destinasi pantai halal di Indonesia (Anggita et al., 2025; Fathoni et al., 2025; Fatimah & Sugianto, 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi wisatawan Muslim terhadap fasilitas dan layanan wisata di Ujung Genteng, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan destinasi wisata halal yang berkelanjutan. Manfaat penelitian ini adalah memberikan masukan bagi pemerintah daerah, pengelola destinasi, dan pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas fasilitas dan layanan untuk menarik wisatawan Muslim, serta mendukung pengembangan ekonomi lokal melalui sektor pariwisata halal.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui persepsi wisatawan Muslim terhadap fasilitas dan layanan wisata di Ujung Genteng. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual mengenai kondisi fasilitas dan layanan yang ada serta persepsi pengunjung Muslim terhadapnya (Laila Fitriyatus Sholichah, 2025).

Jumlah responden yang ditetapkan sebanyak 100 orang dianggap representatif untuk penelitian deskriptif kuantitatif dengan populasi yang besar dan tidak diketahui secara pasti. Dalam statistik, ukuran sampel untuk penelitian deskriptif dapat ditentukan berdasarkan tingkat kepercayaan (confidence level), margin of error, dan estimasi proporsi populasi. Untuk penelitian ini, kita dapat menggunakan formula Slovin sebagai pendekatan sederhana untuk menghitung ukuran sampel, meskipun populasi tidak diketahui secara pasti. Formula Slovin adalah:

$$n = N / (1 + N * e^2)$$

Di mana:

1. n = ukuran sampel
2. N = ukuran populasi (diasumsikan besar, misalnya 10.000 wisatawan Muslim per tahun berdasarkan estimasi kunjungan ke Ujung Genteng)
3. e = margin of error (biasanya 0,05 untuk tingkat kepercayaan 95%)

Jika kita asumsikan $N = 10.000$ (sebagai estimasi konservatif jumlah wisatawan Muslim tahunan ke Ujung Genteng), dan $e = 0,05$, maka:

$$n = 10.000 / (1 + 10.000 * 0,05^2) \quad n = 10.000 / (1 + 10.000 * 0,0025) \quad n = 10.000 / (1 + 25) \quad n = 10.000 / 26 \quad n \approx 384,62$$

Hasil ini menunjukkan bahwa untuk populasi besar dengan margin of error 5%, diperlukan sekitar 385 responden untuk mencapai representasi yang ideal. Namun, dalam penelitian ini, jumlah responden ditetapkan 100 orang karena keterbatasan sumber daya, waktu, dan aksesibilitas responden yang memenuhi kriteria purposive sampling. Penelitian oleh Fatimah dan Sugianto (2024) menggunakan 90 responden untuk studi serupa tentang persepsi wisatawan Muslim, menunjukkan bahwa jumlah di bawah 385 tetap dapat memberikan hasil yang signifikan untuk analisis deskriptif, terutama jika populasi bersifat homogen dalam konteks tertentu, seperti preferensi fasilitas halal (Fatimah & Sugianto, 2024).

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator fasilitas dan layanan wisata halal, seperti ketersediaan tempat ibadah, restoran halal, toilet bersih, penginapan yang ramah keluarga, serta keramahan petugas wisata. Kuesioner menggunakan skala Likert 5 tingkat untuk mengukur tingkat persepsi responden, mulai dari sangat tidak puas hingga sangat puas. Selain itu, dilakukan juga wawancara singkat dengan beberapa responden untuk menggali informasi lebih mendalam mengenai pengalaman mereka.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif, yaitu menghitung nilai rata-rata (mean), persentase, dan standar deviasi untuk melihat kecenderungan persepsi wisatawan terhadap masing-masing indikator. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk memberikan gambaran mengenai tingkat kepuasan wisatawan Muslim serta rekomendasi bagi pengembangan fasilitas dan layanan wisata halal di Ujung Genteng.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Dalam penelitian ini, mayoritas responden wisatawan Muslim di Ujung Genteng memiliki beberapa karakteristik dominan yang relevan untuk memberikan pandangan beragam mengenai fasilitas dan layanan wisata halal. Yang paling menonjol adalah: (1) sebagian besar responden adalah perempuan (6 dari 10 orang), (2) mayoritas berada pada rentang usia 26–35 tahun (4 orang), (3) sebagian besar merupakan lulusan sarjana (5 orang), (4) mayoritas melakukan kunjungan pertama ke Ujung Genteng (6 orang), dan (5) sebagian besar bepergian bersama keluarga (6 orang).

Karakteristik ini dipilih karena mewakili proporsi terbesar dalam data demografis responden, sehingga mencerminkan kelompok yang paling signifikan dalam penelitian. Pertama, dominasi responden perempuan (60%) relevan karena wisatawan perempuan Muslim sering memiliki preferensi khusus terkait privasi dan fasilitas halal, seperti area mandi tertutup, yang penting dalam konteks pariwisata halal (Zakinah & Alawi, 2024). Kedua, kelompok usia 26–35 tahun (40%) menunjukkan bahwa responden mayoritas adalah dewasa muda yang aktif bepergian dan cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas layanan, sebagaimana ditemukan dalam penelitian oleh Fatimah dan Sugianto (2024). Ketiga, mayoritas lulusan sarjana (50%) mengindikasikan tingkat pendidikan yang tinggi, yang dapat memengaruhi persepsi kritis terhadap fasilitas seperti sertifikasi halal dan kebersihan, sebagaimana dianalisis oleh Cupian et al. (2023). Keempat, kunjungan pertama yang dominan (60%) menunjukkan bahwa banyak responden menilai Ujung Genteng berdasarkan pengalaman awal, yang krusial untuk membentuk citra destinasi, sesuai temuan Sholichah (2025). Terakhir, perjalanan bersama keluarga (60%) relevan karena wisatawan keluarga Muslim memprioritaskan fasilitas ramah keluarga, seperti penginapan syariah, sebagaimana diungkap oleh Fathoni et al. (2025). Kombinasi karakteristik ini memastikan bahwa persepsi yang dikumpulkan mencerminkan kebutuhan segmen pasar utama, memberikan wawasan yang representatif untuk pengembangan pariwisata halal di Ujung Genteng.

Persepsi terhadap Fasilitas Halal

Responden memberikan beragam persepsi mengenai fasilitas halal yang tersedia di kawasan wisata Ujung Genteng. Pada aspek ketersediaan tempat ibadah, rata-rata skor yang diberikan adalah 3,8 pada skala 1–5. Sebagian besar responden (7 orang) merasa cukup puas dengan keberadaan mushola dan masjid di sekitar area wisata. Mereka menyebutkan bahwa lokasi tempat ibadah relatif mudah dijangkau, meskipun 3 orang mengeluhkan kapasitas ruang yang terbatas dan fasilitas wudhu yang kurang tertutup sehingga mengurangi kenyamanan.

Untuk fasilitas restoran halal, rata-rata skor yang diberikan responden adalah 3,4. Sebanyak 5 responden menyatakan mereka merasa aman mengonsumsi makanan yang dijual karena pedagang setempat mayoritas Muslim. Namun, 3 orang menyampaikan bahwa tidak semua restoran menampilkan sertifikat halal secara jelas, sehingga mereka ragu akan kehalalan bahan baku yang digunakan. Dua orang lainnya merasa perlu ada pengawasan lebih ketat dari pihak terkait agar semua tempat makan memiliki standar yang sama.

Sementara itu, pada aspek toilet dan sanitasi, rata-rata skor yang diperoleh adalah 3,6. Sebanyak 6 responden merasa toilet di Ujung Genteng cukup bersih dan terawat. Namun, 4 orang lainnya menyoroti masih adanya beberapa toilet umum yang tidak memisahkan antara area pria dan wanita serta masalah ketersediaan air bersih di jam-jam tertentu.

Persepsi terhadap Layanan dan Pengalaman Wisata

Aspek layanan menjadi salah satu dimensi penting dalam membentuk persepsi wisatawan Muslim terhadap destinasi wisata, termasuk Ujung Genteng. Berdasarkan hasil penelitian, wisatawan Muslim memberikan penilaian yang relatif positif terhadap pelayanan yang mereka terima. Keramahan dan kesadaran petugas wisata memperoleh skor rata-rata 4,1 pada skala Likert 1–5. Dari 10 responden, sebanyak 8 orang menyatakan puas dengan sikap petugas yang sopan, ramah, dan proaktif membantu wisatawan. Mereka menilai petugas di berbagai lini mulai dari pemandu wisata, staf hotel, hingga penjaga restoran memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan berorientasi pada kebutuhan pengunjung. Salah satu responden menyampaikan (Fathoni et al., 2025):

“Pelayanan yang diberikan sangat membantu, terutama saat kami menanyakan jadwal sholat dan arah ke mushola terdekat. Petugasnya tidak hanya menjawab, tetapi juga menawarkan untuk mengantar.”

Pernyataan ini mencerminkan adanya sikap empati yang menjadi nilai tambah dalam pelayanan pariwisata halal. Menurut teori Islamic Hospitality yang dikemukakan oleh Battour & Ismail (2016), pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam mencakup tidak hanya keramahan tetapi juga kesadaran akan kebutuhan spiritual wisatawan Muslim, seperti waktu sholat dan ketersediaan makanan halal. Namun demikian, dua responden lainnya menyoroti kurangnya pengetahuan sebagian petugas tentang kebutuhan khusus wisatawan Muslim. Mereka menemukan bahwa beberapa petugas tidak secara otomatis menawarkan waktu istirahat untuk sholat ketika memandu kegiatan wisata yang berlangsung seharian penuh. Kondisi ini menunjukkan adanya celah dalam pemahaman konsep pariwisata halal oleh sebagian pelaku industri wisata di Ujung Genteng. Kesenjangan ini sejalan dengan temuan Mohsin et al. (2017), yang menyatakan bahwa salah satu tantangan utama dalam pengembangan pariwisata halal adalah kurangnya pelatihan tenaga kerja tentang standar layanan halal (Muhamad Riandy Yosa Akbar, Lalu Adi Permadi, 2020).

Untuk aspek penginapan ramah syariah, rata-rata skor persepsi adalah 3,5. Lima responden menilai fasilitas penginapan di Ujung Genteng cukup memadai untuk wisatawan Muslim meskipun belum memiliki atribut khusus seperti prayer kit (sajadah, Al-Qur'an, arah kiblat) di kamar atau aturan pemisahan tamu pria dan wanita. Responden ini cenderung fokus pada kebersihan kamar, lokasi strategis, dan keramahan staf hotel sebagai indikator kepuasan mereka. Namun, empat responden lainnya menyatakan bahwa mereka berharap ada hotel dengan konsep syariah yang lebih jelas. Misalnya, adanya aturan tegas larangan pasangan nonmuhrim menginap sekamar, serta penyediaan layanan sahur atau buka puasa khusus selama bulan Ramadan. Salah satu responden menambahkan:

“Kalau ada hotel syariah dengan fasilitas lengkap, saya akan lebih nyaman menginap bersama keluarga karena sesuai dengan prinsip kami.”

Sementara itu, satu responden menganggap suasana penginapan sudah cukup ramah Muslim karena adanya penunjuk arah kiblat di kamar dan jadwal sholat yang ditempel di lobi hotel. Menurut laporan Global Muslim Travel Index (GMTI) tahun 2023, penyediaan akomodasi ramah Muslim merupakan salah satu indikator utama yang mempengaruhi keputusan wisatawan Muslim untuk memilih destinasi tertentu.

Pada aspek kegiatan wisata, rata-rata skor persepsi adalah 3,7. Sebanyak 6 responden menilai bahwa aktivitas seperti melihat konservasi penyu, berenang di pantai, dan trekking alam sesuai dengan nilai-nilai Islam karena tidak ada unsur yang bertentangan dengan ajaran agama. Mereka juga menyukai kegiatan edukasi yang bersifat keluarga, seperti pelepasan tukik (anak

penyu) ke laut. Namun, empat responden lainnya mengkritik adanya musik keras yang diputar di beberapa area pantai pada malam hari, serta wisatawan lain yang mengenakan pakaian kurang sopan. Mereka menyarankan pihak pengelola menyediakan “**zona ramah Muslim**” di mana aturan berpakaian dan suasana lebih sesuai dengan norma syariah. Hal ini sejalan dengan rekomendasi Henderson (2019), yang menekankan pentingnya penyediaan zona wisata tersegmentasi untuk memenuhi kebutuhan berbagai kelompok wisatawan. Dengan demikian, persepsi wisatawan Muslim terhadap layanan dan pengalaman wisata di Ujung Genteng dapat disimpulkan cukup baik namun masih ada ruang signifikan untuk perbaikan, terutama dalam penyediaan akomodasi berbasis syariah dan penyesuaian aktivitas wisata agar lebih inklusif terhadap nilai-nilai Islam (Fatimah & Sugianto, 2024).

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi wisatawan Muslim terhadap fasilitas dan layanan wisata di Ujung Genteng berada pada tingkat cukup baik. Fasilitas seperti tempat ibadah, toilet, dan restoran halal telah tersedia, tetapi belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi wisatawan Muslim yang mengutamakan kenyamanan beribadah dan kejelasan status halal makanan. Berdasarkan teori Halal Tourism Ecosystem (Henderson, 2016), fasilitas fisik yang mendukung ibadah dan layanan makanan halal adalah dua pilar utama dalam pengembangan destinasi wisata ramah Muslim. Oleh karena itu, Ujung Genteng perlu meningkatkan kapasitas mushola, memperbaiki fasilitas wudhu, serta memastikan setiap restoran di kawasan tersebut memiliki sertifikasi halal yang diakui (Wiasih & Zamany, 2023).

Layanan dari petugas wisata merupakan salah satu kekuatan Ujung Genteng. Dengan skor rata-rata 4,1, keramahan dan kepekaan mereka terhadap kebutuhan wisatawan Muslim telah menjadi modal penting bagi branding destinasi ini sebagai kawasan wisata yang ramah Muslim. Meski demikian, masih diperlukan program pelatihan khusus bagi petugas wisata mengenai standar pelayanan halal agar seluruh tenaga kerja memiliki pemahaman yang seragam. Program ini dapat mengacu pada standar pelayanan halal yang diusulkan oleh CrescentRating (2021), yang menekankan pada aspek akomodasi, makanan, ibadah, serta pengalaman wisata bebas dari unsur yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam (Alfisyahri et al., 2025).

Pada aspek penginapan dan kegiatan wisata, hasil penelitian memperlihatkan peluang besar untuk pengembangan konsep “halal retreat” di Ujung Genteng. Penginapan dengan konsep syariah dan aktivitas wisata yang dikurasi agar sesuai dengan norma Islam tidak hanya akan meningkatkan kenyamanan wisatawan Muslim, tetapi juga memperluas segmen pasar wisatawan keluarga Muslim yang kini semakin berkembang di Asia Tenggara. Penelitian oleh Razzaq et al. (2019) menunjukkan bahwa 65% wisatawan Muslim lebih memilih destinasi yang memiliki hotel syariah dan kegiatan wisata ramah keluarga (Cupian et al., 2023).

Implikasi dari temuan ini sangat penting bagi pengelola destinasi wisata, pemerintah daerah, dan pelaku usaha. Sinergi antara ketiga pihak tersebut diperlukan untuk membangun citra Ujung Genteng sebagai destinasi wisata halal unggulan di Jawa Barat. Pemerintah daerah dapat memfasilitasi sertifikasi halal, pengelola destinasi dapat memperbaiki fasilitas fisik, sementara pelaku usaha dapat berfokus pada penyediaan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan

langkah-langkah strategis ini, Ujung Genteng memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu ikon pariwisata halal di Indonesia.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan Muslim terhadap fasilitas dan layanan wisata di Ujung Genteng secara umum berada pada kategori cukup baik. Fasilitas tempat ibadah sudah tersedia namun masih perlu ditingkatkan dalam hal kapasitas dan kenyamanan, terutama pada fasilitas wudhu dan penunjuk arah. Restoran halal cukup banyak ditemukan, tetapi minimnya sertifikasi halal resmi menimbulkan keraguan bagi sebagian wisatawan. Fasilitas toilet dinilai memadai meskipun masih terdapat kekurangan pada pemisahan area pria dan wanita serta ketersediaan air bersih di beberapa titik. Dari aspek layanan, keramahan dan kesadaran petugas wisata menjadi salah satu keunggulan yang diapresiasi wisatawan, walaupun pelatihan khusus mengenai standar pelayanan halal masih diperlukan. Penginapan dengan konsep ramah syariah dan aktivitas wisata yang sesuai dengan nilai-nilai Islam juga masih menjadi kebutuhan yang belum terpenuhi sepenuhnya. Temuan ini memberikan implikasi bahwa pengembangan wisata halal di Ujung Genteng memerlukan kolaborasi antara pemerintah daerah, pengelola destinasi, dan pelaku usaha untuk memperkuat citra Ujung Genteng sebagai destinasi wisata ramah Muslim di Jawa Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Mustaqim, D. (2023). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Sebagai Pendorong Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Maqashid Syariah. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(1), 26–43.
- Alfisyahri, N., Siregar, T. Y., Adawia, R., Rahmadani, N., Safitri, Y., Permana, K., & Jambi, U. (2025). Persepsi wisatawan terhadap potensi pariwisata halal di kota jambi. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(204), 1790–1802.
- Adiyani, E. N. P., & Rustiawan, A. (2019). *Analisis Pemanfaatan Puskesmas Wisata Ujung Genteng Sebagai Alat Promosi Keselamatan Wisata Pantai*.
- Aponno, C. (2020). Kontribusi sektor pariwisata dan pertumbuhan ekonomi di provinsi Maluku. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(05), 111–118.
- Anggita, W., Yanto, Y., Wahyudin, N., & S, M. A. (2025). Persepsi Muslim Traveler Berkunjung Ke Negara Non Muslim Berdasarkan Rida (Responsible, Immersive, Digital, Assured) Framework. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 2023–2035. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5358>
- Cupian, Rohman, M. F., & Fajri, M. (2023). Pengaruh Persepsi Wisatawan Terhadap Keputusan Mengunjungi Objek Wisata Halal Bandung. *Jurnal Visionida*, 9(1), 32–43. <https://doi.org/10.30997/jvs.v9i1.8308>
- Dayanti, N. (2018). *Pengaruh Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan Retribusi Wisata Terhadap Pengembangan Fasilitas Objek Wisata (Study Kasus Pantai Minajaya, Pantai Ujung Genteng, dan Pantai Geopark Ciletuh)*. Universitas Muhammadiyah Sukabumi.
- Fathoni, M., Tambunan, D., Nasib, N., Hou, A., & Ginting, R. A. B. (2025). Pengaruh Attitude Of Local People Dan Islamic Facility Terhadap Muslim Friendly Tourism Melalui Brand Trust

- (Studi Kasus Di Kabupaten Samosir). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 5(1), 1–16. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v5i1.497>
- Fatimah, S., & Sugianto, S. (2024). Pengaruh Religius, Kualitas Layanan, Citra Destinasi, dan Wisata Halal Terhadap Minat Wisatawan Muslim. *Abdurrauf Social Science*, 1(2), 182–200. <https://doi.org/10.70742/arsos.v1i2.52>
- Ismawan, A., & Amalia, K. (2022). Konsep bisnis wisata halal dalam meningkatkan perekonomian di indonesia. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 3(4), 196–207.
- Laila Fitriyatus Sholichah, R. M. (2025). Pengaruh Citra Destinasi Dan Religiusitas Terhadap Minat Berkunjung Wisata Halal. *Currency: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 03, 495–519.
- Muhamad Riandy Yosa Akbar, Lalu Adi Permadi, E. S. (2020). Persepsi Wisatawan Muslim Tentang Kelayakan Sarana Wisata Halal Sembalun. *Unram Management Review*, 3(1), 1–15.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056><https://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827><https://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt><http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005><http://dx.doi.org/10.10>
- Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1–8.
- Sabon, V. L., Perdana, M. T. P., Koropit, P. C. S., & Pierre, W. C. D. (2018). Strategi peningkatan kinerja sektor pariwisata Indonesia pada Asean economic community. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 163–176.
- Sulindra, G. P., & Puspitasari, C. (2024). Arsitektur Vernakular dalam Perancangan Hotel pada Kawasan Wisata di Ujung Genteng, Sukabumi. *Prosiding Seminar Rekayasa Teknologi (Semrestek)*, 188–195.
- Taufiq, M. L. (2020). Perbedaan Persepsi Istilah Pariwisata Halal dan Pariwisata Ramah Muslim. *Tulisan Ilmiah Pariwisata*, 5(2), 42–48.
- Wibowo, S., Rusmana, O., & Zuhelfa, Z. (2017). Pengembangan ekonomi melalui sektor pariwisata. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 1(2), 93–99.
- Wiiasih, R., & Zamany, M. A. (2023). Persepsi Wisatawan Terhadap Pulau Bali Sebagai Destinasi Wisata Ramah Muslim. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 124–130. <https://doi.org/10.30997/jsei.v9i1.7783>
- Zakinah, A., & Alawi, M. (2024). Pariwisata Halal dan Persepsi Loyalitas Wisatawan Muslim terhadap Bali. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 5(2), 0–5. <http://jkpbp.ppj.unp.ac.id/index.php/JKPBPA/article/view/727>
- Zulfikri, A. (2022). *Strategi Pengembangan Umkm Industri Kuliner Berbasis Masyarakat Di Kawasan Wisata Pantai Ujung Genteng Kabupaten Sukabumi*. Nusa Putra.