

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENGEMBANGAN OBJEK WISATA HALAL  
TERHADAP PENDAPATAN UMKM DI SEKITAR MASJID  
RAYA BAITURRAHMAN DI BANDA ACEH**



**Disusun Oleh:**

**FAHRUL RIZAL  
NIM. 160602096**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
1440 H/ 2020 M**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Fahrul Rizal  
NIM : 160602096  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 11 Agustus 2020

Yang Menyatakan,



Fahrul Rizal

**PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Pengaruh Pengembangan Objek Wisata Halal Terhadap  
Pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman  
Banda Aceh**

Disusun Oleh:

Fahrul Rizal  
NIM. 160602096

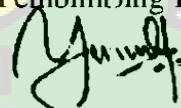
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan  
formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian Program Studi  
Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Dr. Ahmad Nizam S.E., MM  
NIP. 196609201933031003

Pembimbing II,

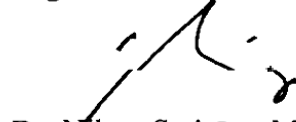


Yulindawati, S.E., MM  
NIP. 1979071322014112002

AR-RANIRY

Mengetahui

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Dr. Nilam Sari, Lc, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

### Pengaruh Pengembangan Objek Wisata Halal Terhadap Pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh

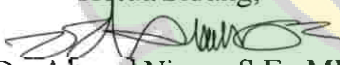
Fahrul Rizal  
NIM. 160602096

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam  
bidang Ekonomi Syariah

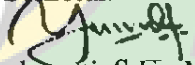
Pada Hari/Tanggal: Selasa, 11 Agustus 2020 M  
21 Muharram 1442 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua Sidang,

  
Dr. Ahmad Nizam S.E., MM  
NIP. 196609201933031003


Sekretar Sidang,

  
Yulindawati, S.E., MM  
NIP. 1979071322014112002

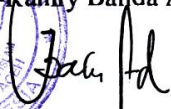
Penguji I,

  
Dr. T. Meldi Kesuma, S.E., MM  
NIP. 197505152006041001

Penguji II,

  
Hafidhah, S.E., M. Si., Ak, CA  
NIDN. 2012108203

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

  
Dr. Zaki Fuad, M. Ag.  
NIP. 196403141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922  
Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fahrul Rizal  
NIM : 160602096  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
E-mail : [Fahrulrizal21297@gmail.com](mailto:Fahrulrizal21297@gmail.com)

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  KKU  Skripsi  .....

Yang berjudul:

**Pengaruh Pengembangan Objek Wisata Halal Terhadap Pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh**

Berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 11 Agustus 2020

Mengetahui,

Penulis

Fahrul Rizal

Pembimbing I,

Dr. Ahmad Nizam S.E., MM  
NIP. 196609201933031003

Pembimbing II

Yulindawati S.E., MM  
NIP. 1979071322014112002

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Sekarang Allah telah meringankan kepadamu dan dia telah mengetahui bahwa padamu ada kelemahan. Maka jika ada diantaramu seratus orang yang sabar, niscaya mereka akan dapat mengalahkan dua ratus orang kafir, dan jika diantaramu ada seribu orang (yang sabar), niscaya mereka akan dapat mengalahkan dua ribu orang, dengan seizin Allah. Dan Allah beserta orang-orang yang sabar.”*

(QS. Al-Anfal: 66)



## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengembangan Objek Wisata Halal Terhadap Pendapatan UMKM Di Sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh”, ini tepat pada waktu yang telah ditentukan. Shalawat beserta salam penulis sampaikan kepada baginda Rasullullah Muhammad SAW, yang telah membawa risalah Islam sebagai tuntunan hidup yang sempurna bagi seluruh manusia. Kemudian Shalawat dan Salam juga kepada keluarga dan sahabat Rasullullah SAW.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini merupakan hasil kerja keras, namun juga tidak terlepas dari dukungan, arahan, dan bimbingan serta doa restu dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini dengan penuh ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, SE., M.Si., Ak., CA selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry.

3. Muhammad Arifin, Ph.D dan Rina Desiana, ME selaku Ketua dan Sekretaris Lab Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
4. Dr. Ahmad Nizam, S.E., MM dan Yulindawati, S.E., MM selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak memberi waktu, pemikiran serta pengarahan baik berupa saran maupun arahan menuju perbaikan.
5. Dr. Teuku Meldi Kesuma, SE, MM dan Hafidha, SE., M. Si., Ak., CA selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan kritik dan sarannya terhadap skripsi saya sehingga penulisan skripsi ini jauh lebih baik.
6. Seri Murni, SE., M.Si., Ak selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan informasi dan pengarahan selama penulis menempuh perkuliahan dan seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry yang telah banyak memberikan bantuan dan kemudahan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
7. Masyarakat pelaku UMKM disekitar Masjid Raya Baiturrahman yang telah bersedia dan berkontribusi untuk menjadi responden dalam penelitian ini, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Kedua orang tua tercinta, ayahanda Marwan Aw dan ibunda Siti Aminah yang senantiasa memberikan kasih sayang, cinta, doa serta motivasi yang tiada hentinya agar penulis memperoleh yang terbaik, didikan, dukungan serta semua



jasa yang tidak ternilai harganya yang telah diberikan selama ini. Abang dan Kakak tersayang serta adik-adik yang selalu mendoakan yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam menjalankan perkuliahan dan menyelesaikan penulisan ini guna memperoleh gelar sarjana dan ilmu yang diperoleh berkah juga bermanfaat bagi seluruh umat di muka bumi.

9. Sahabat-sahabat terbaikku Nurhaliza, Muharramah, Liza Zulaini, Hanipah, M.Arif dan Satya, Angga Yuda dan Riski Aulia yang selalu memberikan semangat, masukan, waktu dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. selalu memberikan dukungan penuh selama menempuh studi di UIN Ar-Raniry.

Semoga kebaikan semua pihak yang telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini dibalas oleh Allah SWT dengan balasan pahala yang setimpal.

Banda Aceh, 11 Agustus 2020

Penulis,

Fahrul Rizal

## TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri

P dan K Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

### 1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z̤	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauila*

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ/يَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atauya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*  
رَمَى : *ramā*  
قِيلَ : *qīla*  
يَقُولُ : *yaqūlu*

### 4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

*Ta marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. *Ta marbutah* (ة) mati

*Ta marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudāh al-atfāl/ raudatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/  
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talhah*

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpatransliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.

Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

## ABSTRAK

Nama : Fahrul Rizal  
NIM : 160602096  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Pengembangan Objek Wisata Halal Terhadap Pendapatan UMKM Di Sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh  
Pembimbing I : Dr. Ahmad Nizam, S.E., MM  
Pembimbing II : Yulindawati, S.E., MM

UMKM merupakan satu bagian terpenting dalam perekonomian. Banyak upaya yang dilakukan pemerintah dalam menunjang kinerja UMKM salah satunya melalui sektor pengembangan objek wisata. Keberadaan objek wisata sangat diharapkan mampu mendorong pendapatan UMKM dikawasan objek wisata tersebut. Penelitian bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh pengembangan objek wisata halal yang dikembangkan menjadi lima subvariabel yaitu lokasi, promosi, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi terhadap pendapatan UMKM disekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, promosi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, sarana dan prasarana berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM dan akomodasi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Secara simultan variabel lokasi, promosi, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di Masjid Raya Baiturrahman.

**Kata Kunci: Objek wisata, Lokasi, Promosi, Aksesibilitas, Sarana Prasarana, Akomodasi, Pendapatan UMKM.**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI ....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>HALAMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>12</b>
2.1 Pariwisata.....	12
2.1.1 Pengertian Pariwisata .....	12
2.1.2 Jenis-Jenis Pariwisata .....	15
2.1.3 Teori Pariwisata dalam Islam .....	16
2.1.4 Indikator Pengembangan Pariwisata .....	22
2.2 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) .....	27
2.2.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	27
2.2.2 Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	29
2.2.3 Kebijakan Pemerintah Tentang Usaha Mikro,	

Kecil dan Menengah (UMKM) .....	30
2.3 Pendapatan.....	32
2.3.1 Pengertian Pendapatan.....	32
2.3.2 Jenis-Jenis Pendapatan .....	34
2.4 Penelitian Terdahulu.....	39
2.5 Keterkaitan Antar Variabel.....	44
2.5.1 Hubungan Lokasi ( $X_1$ ) dengan Pendapatan (Y) ..	44
2.5.2 Hubungan Promosi ( $X_2$ )Pariwisata dengan Pendapatan (Y) .....	45
2.5.3 Hubungan Aksesibilitas ( $X_3$ ) dengan Pendapatan (Y).....	45
2.5.4 Hubungan Sarana dan Prasarana ( $X_4$ ) dengan Pendapatan (Y).....	46
2.5.5 Hubungan Akomodasi ( $X_5$ ) dengan Pendapatan (Y).....	47
2.6 Kerangka pemikiran .....	48
2.7 Hipotesis Penelitian .....	49
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>52</b>
3.1 Desain Penelitian .....	52
3.2 Lokasi Penelitian .....	53
3.3 Populasi dan Sampel.....	52
3.4 Defenisi Operasional Variabel.....	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.6 Teknik Pengukuran Data .....	57
3.7 Uji Validitas dan Reabilitas Angket .....	58
3.8 Teknik Analisis Data .....	59
3.8.1 Uji Asumsi Klasik .....	59
3.8.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	61
<b>BAB IV PEMBAHASAN .....</b>	<b>64</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
4.2 Kusioner Penelitian.....	66
4.3 Analisis Data.....	72
4.3.1 Uji Instrumen .....	72
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	75
4.3.3 Deskripsi Data Penelitian .....	78
4.3.4 Pengujian Hipotesis .....	81



4.4 Pembahasan Pengaruh Pengembangan Objek Wisata Halal Terhadap Pendapatan UMKM disekitar Masjid Raya Baiturrahman. ....	88
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>92</b>
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>101</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Wisatawan Counter Jubah Masjid Raya Baiturrahman .....	5
Tabel 1.2	Jumlah UMKM di Kota Banda Aceh .....	6
Tabel 2.1	Sumber Pendapatan dalam Islam.....	36
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3.1	Defenisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel.....	54
Tabel 3.2	Skala Pengukuran .....	58
Tabel 4.1	Keadaan Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4.2	Keadaan Umum Responden Berdasarkan Umur ...	68
Tabel 4.3	Terakhir Keadaan Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	69
Tabel 4.4	Keadaan Umum Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Perbulan.....	70
Tabel 4.5	Keadaan Umum Responden Berdasarkan Lama Berdagang di Kawasan Objek Wisata Halal Masjid Raya Baiturrahman .....	71
Tabel 4.6	Uji Validitas.....	73
Tabel 4.7	Uji Reabilitas Angket .....	74
Tabel 4.8	Uji Normalitas .....	76
Tabel 4.9	Uji Heteroskedasitas .....	77
Tabel 4.10	Uji Multikolenearitas .....	78
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif .....	79
Tabel 4.12	Analisis Pengaruh Antar Variabel .....	81
Tabel 4.13	Uji Koefisien Determinasi .....	83
Tabel 4.14	Uji Simultan.....	84
Tabel 4.15	Uji Parsial .....	85

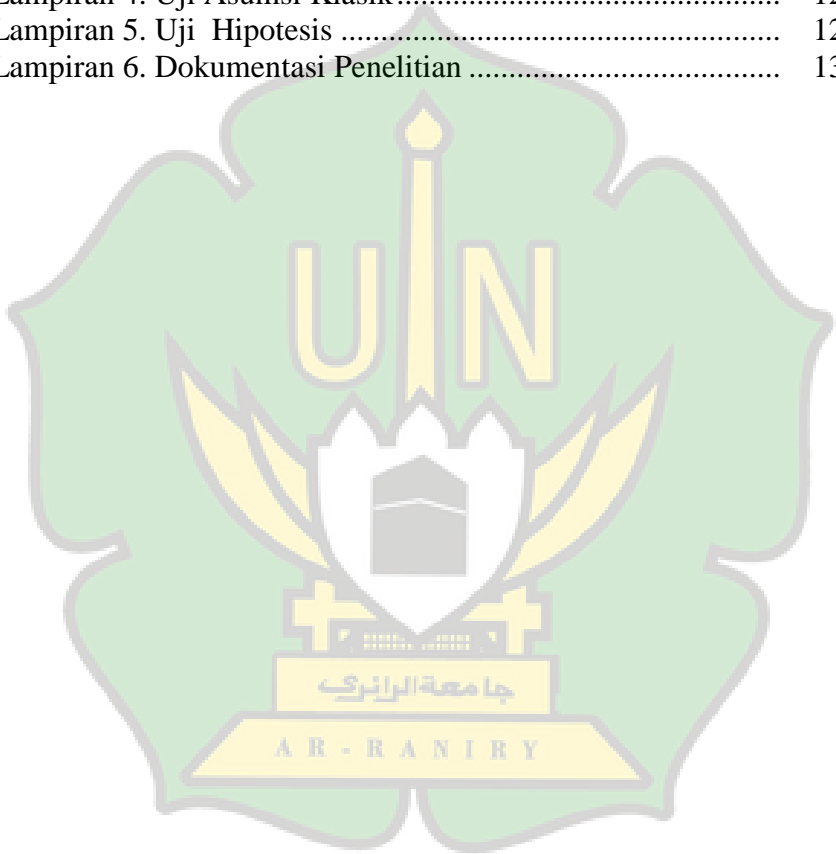
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran ..... 48



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kusioner Penelitian .....	101
Lampiran 2. Data Jawaban Responden.....	108
Lampiran 3. Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	119
Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik.....	126
Lampiran 5. Uji Hipotesis .....	129
Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian .....	131



# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Indonesia adalah salah satu negara di dunia yang terkenal akan kekayaan sumber daya alamnya, keanekaragaman sejarah dan budayanya. Hal ini menjadi salah satu keunggulan tersendiri bagi negara Indonesia dalam menunjang kesejahteraan kehidupan masyarakatnya. Adanya keanekaragaman ini menjadikan negara Indonesia sebagai salah satu tujuan wisata. Perkembangan wisata di Indonesia mengalami peningkatan jumlah wisatawan yang semakin tinggi setiap tahunnya baik dari wisatawan lokal maupun mancanegara, pemerintah Indonesia berupaya untuk melakukan inovasi terhadap objek wisata yang ada di Indonesia (Rosita, 2017).

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwasanya wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Selanjutnya disebutkan bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat serta bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan

kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan dan mengatasi pengangguran serta tujuan lainnya demi kemaslahatan warga negara Indonesia .

Perkembangan dari pariwisata Indonesia memiliki visi dan misi memajukan wisata halal. Fatkurrohman mendefinisikan wisata halal adalah kegiatan wisata yang di khususkan untuk memfalisitasi kebutuhan berwisata umat Islam. Kehadiran wisata halal juga hadirnya sebuah paket perjalanan yang mengacu pada aturan hidup umat Islam, Baik di sisi adab mengadakan perjalanan, menentukan tujuan wisata, akomodasi, hingga makanan. Kebutuhan wisatawan muslim terhadap wisatawan halal ini secara umum meliputi kebutuhan untuk beribadah, mendapatkan makanan halal, mendapatkan nilai tambah dari perjalanan serta terjaganya dari kemaksiatan dan kemungkaran (Daly, 2018).

Wisata halal merupakan suatu fenomena baru yang telah menjadi *trend* dan gaya hidup dikalangan masyarakat. Indonesia merupakan salah satu negara yang terkenal dengan wisata halalnya, tercantum dalam studi *Global Muslim Travel Index* (GMTI) yang dilakukan oleh *Mastercard-Crescent Rating* (Muddasir, 2019).

Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan dimana pemanfaatan ekonomi untuk masyarakat lokal menjadi salah satu kriterianya dimana dalam salah satu butirnya mendukung usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) pada rantai nilai pariwisata agar dapat mempromosikan dan mengembangkan produk lokal

yang berkelanjutan dengan prinsip perdagangan yang adil. Produk lokal yang dimaksud antara lain adalah produk makanan, minuman, kerajinan, seni pertunjukan dan pertanian. menyatakan bahwasannya pariwisata harus memiliki sistem dan program yang mendukung usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) pada rantai nilai pariwisata agar dapat mempromosikan dan mengembangkan produk lokal yang berkelanjutan dengan prinsip perdagangan yang adil. Produk lokal yang dimaksud antara lain adalah produk makanan, minuman, kerajinan, seni pertunjukan dan pertanian (Kemenpar, 2016).

Aceh adalah salah satu daerah yang merupakan tujuan wisata baik dari wisatawan lokal maupun mancanegara. Badan Pusat Statistik Provinsi Aceh mencatat pada 2018 dengan jumlah 2,498 juta wisatawan, terdiri dari 2,391 juta wisatawan dalam negeri dan 106.281 wisatawan mancanegara (BPS Aceh, 2018). Ada banyak jenis wisata yang terdapat di Aceh diantara wisata alam, wisata sejarah atau budaya dan beberapa wisata religi. Akhir-akhir ini melihat tinggi potensinya yang bisa dikembangkan dari sektor pariwisata membuat pemerintah daerah untuk terus melakukan pembangunan dan inovasi terhadap objek wisata termasuk objek wisata halal di Aceh.

Kota Banda Aceh sebagai ibu kota provinsi yang merupakan sebagai tujuan wisata yang wajib dikunjungi oleh wisatawan. Salah satu objek wisata yang tergolong kedalam objek wisata halal di Kota Banda Aceh adalah Masjid Raya

Baiturrahman. Masjid Raya Baiturrahman juga merupakan ikon utama Banda Aceh. Terletak di pusat kota Provinsi Aceh, masjid ini tak hanya tempat ibadah, masjid ini juga saksi perlawanan rakyat Aceh atas penjajahan dan masa-masa era kejayaan kesultanan Aceh. Masjid ini juga menjadi tempat warga menyelamatkan diri saat tsunami melanda kota itu pada Desember 2004. Masjid Raya yang asli dibangun pada 1612 dan menjadi benteng pertempuran untuk masyarakat Aceh melawan Belanda. Masjid yang asli kemudian hancur dan kembali dibangun pada 1879 (Yulianingsih, 2010).

Berdasarkan ensiklopedi Islam Indonesia (1992) Wisatawan bisa menghabiskan waktu dengan mempelajari sejarah Masjid Raya Baiturrahman, menikmati keindahan arsitektur yang dirancang oleh arsitek Belanda yang bernama Gerrit Bruins, atau berfoto di sekitar Masjid Raya Baiturrahman seluas empat hektar. Setelah direnovasi, halaman masjid kini dipasang payung-payung elektrik berukuran raksasa. Bentuknya mirip seperti yang terpasang di Masjid Nabawi, Madinah. Payung tersebut berfungsi yang melindungi jemaah baik saat hujan maupun panas. Dimana pembangunan yang berkelanjutan yang terus dilakukan pemerintah dalam upaya peningkatan kenyamanan beribadah dan juga menarik wisatawan untuk mengunjungi Masjid Raya Baiturrahman ([aceh.kemenag.go.id](http://aceh.kemenag.go.id)).



Setiap tahunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Masjid Raya Baiturrahman kota Banda Aceh semakin meningkat. Hal ini bisa kita lihat dari tabel dibawah ini.

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Wisatawan Counter Jubah Masjid Raya Baiturrahman**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Wisatawan Asing (Orang)</b>	<b>Jumlah Wisatawan Nusantara (Orang)</b>
2016	5.490	3.230
2017	12.968	25.632
2018	13. 049	18.398
2019	18.078	15.929

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh (2020)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat kita lihat bahwa dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 jumlah wisatawan asing maupun wisatawan nusantara yang berkunjung ke objek wisata halal Masjid Raya baiturrahman mengalami peningkatan. Dimana dari tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami peningkatan yang sangat cepat. Dengan terus meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung sangat diharapkan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat setempat.

Masyarakat dipandang dapat terlibat atau menunjang kegiatan sebuah objek wisata alam oleh wisatawan mancanegara atau domestik dalam penyediaan makanan dan minuman, tempat tinggal (*homestay, cottage*), sarana dan prasarana transportasi, dan kegiatan lainnya. Keterlibatan dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan wisata diharapkan akan mampu memberikan tambahan pendapatan masyarakat secara memadai, disamping pendapatan

dari sektor pembangunan lainnya. Setiap tingkat perubahan wisatawan akan berpengaruh terhadap perubahan tingkat pengeluaran (output), nilai tambah, upah atau gaji ketenagakerjaan, penerimaan devisa, dan neraca pembayaran (Belinda,2013) .

Adanya dampak yang berupa kebutuhan para wisatawan selama berwisata ataupun oleh-oleh yang akan mereka bawa pulang ke tempat asal mereka, sehingga menciptakan kesempatan ekonomi bagi masyarakat disekitar lokasi wisata disebut dengan pelaku UMKM, UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. Sesuai dengan tujuan pembangunan ekonomi Indonesia sangat diharapkan lokasi wisata bisa memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat dan mampu meningkatkan pendapatan maupun tingkat kesejahteraan masyarakat.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah UMKM Kota Banda Aceh**

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
2017	9.591
2018	10.944
2019	12.012

*Sumber:DISPERIDAGKOPUKM, Banda Aceh 2020*

Berdasarkan Tabel 1.2 bahwa dari tahun 2017 sampai dengan 2019 jumlah UMKM di kota Banda Aceh mengalami peningkatan. Dengan adanya pengembangan objek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman hal ini dapat

kita lihat dari semakin banyak jumlah UMKM di sekitaran masjid tersebut. Sesuai dengan tujuan kepariwisataan berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 14 Tahun 2016, sangat diharapkan mampu meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. Tentu dengan bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung setelah renovasi besar-besaran yang dilakukan pemerintah dapat meningkatkan pendapatan masyarakat pelaku UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman (DISPERIDAGKOPUKM,2020).

Dalam penelitian ini diangkat tema tentang pengembangan wisata Utama dan Ray (2013) berpendapat bahwa penelitian tentang pengembangan objek dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. sehingga perlu dilakukan penelitian dengan memodifikasikan model, menambahkan variabel, ataupun merubah variabel tidak bebas untuk mengetahui respon konsumen. Penelitian ini merupakan keberadaaan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prasetyo dan Suryoko (2018).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah mengkaji lagi kembali tentang pengembangan objek wisata yang berbasis objek wisata halal dalam serta unit analisis dan periode penelitian. Unit analisis dalam penelitian ini adalah objek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman. Periode dalam penelitian ini dilakukan pada tahun 2020.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Pengembangan Objek Wisata Halal Terhadap Pendapatan UMKM di Sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi objek wisata halal terhadap pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
2. Apakah pengaruh lokasi objek wisata halal terhadap pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
3. Apakah pengaruh promosi pariwisata objek wisata halal terhadap pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
4. Apakah pengaruh aksesibilitas objek wisata halal terhadap pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
5. Apakah pengaruh sarana dan prasarana objek wisata halal terhadap pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.

6. Apakah pengaruh akomodasi objek wisata halal terhadap pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji dan menganalisis:

1. Pengaruh lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi objek wisata halal terhadap pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh secara bersama-sama terhadap pendapat UMKM.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi objek wisata halal terhadap pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi pariwisata objek wisata halal terhadap pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh aksesibilitas objek wisata halal terhadap pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh sarana dan prasarana objek wisata halal terhadap pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.

6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh akomodasi objek wisata halal terhadap pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada lembaga pariwisata dan Masyarakat khususnya pelaku UMKM yang komperehensif mengenai pengaruh pengembangan objek wisata halal terhadap pendapatan UMKM.

##### **2. Manfaat Teoritis**

- a. Untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi pembaca, baik mahasiswa maupun masyarakat tentang bagaimana pengaruh pengembangan objek wisata halal terhadap UMKM .
- b. Diharapkan menjadi... tambahan referensi penelitian berikutnya mahasiswa yang ingin meneliti tentang bagaimana pengaruh pengembangan objek wisata halal terhadap UMKM.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Kerangka penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab, setiap bab terdiri dari sub-sub bab, yaitu:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisi tentang pengantar keseluruhan skripsi. Pada bab ini terdapat lima sub bab, yaitu latar belakang masalah yang menguraikan penelitian ini perlu untuk di teliti, rumusan masalah berisi tentang pokok permasalahan yang akan diteliti, tujuan penelitian berisi tentang apa yang ingin dicapai, mamfaat penelitian berisi tentang kerangka penyusunan penelitian.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Landasan teori berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian yaitu tentang pengaruh pengembangan objek wisata halal terhadap UMKM.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari jenis dan pendekatan peneltian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini menguraikan gambaran umum tentang pengaruh pengembangan objek wisata halal terhadap UMKM dan analisis hasil penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Penutup berisi tentang keeimpulan yang dirangkum berdasarkan hasil penelitian dan sarana berupa masukan-masukan yang ingin disampaikan baik kepada pihak-pihak yang terkait maupun peneliti selanjutnya.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pariwisata**

##### **2.1.1 Pengertian Pariwisata**

Dalam Bahasa Inggris wisata disebut dengan “*tour*” yang berarti berdarmawisata atau berjalan-jalan melihat pemandangan. Sedangkan secara etimologi, pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yaitu kata “*pari*” yang berarti halus maksudnya mempunyai tata krama tinggi dan “*wisata*” yang berarti kunjungan atau perjalanan untuk melihat, mendengar, menikmati dan mempelajari sesuatu. Jadi, pariwisata berarti menyuguhkan suatu kunjungan secara bertatakrama dan berbudi (Suhendroyono dan Novitasari, 2016).

Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Bab 1 Pasal 1 dinyatakan bahwa wisata adalah : “Kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara”.

Wisatawan adalah semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan, sedangkan Pengertian wisatawan yang tertuang dalam Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 1969 memberikan definisi wisatawan (*tourist*) adalah orang yang berpergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungan itu (Irawan, 2010).



Suwena (2017) Berbagai macam tipologi wisatawan telah dikembangkan dengan menggunakan berbagai dasar klasifikasi. Dengan pendekatan interaksi mengklasifikasikan wisatawan atas dasar tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi, serta tingkat pengorganisasian dari perjalanan wisatanya menjadi empat yaitu seperti :

- *Drifter*, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya, dan bepergian dalam jumlah kecil.
- *Explorer*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri, dan tidak mau mengikuti jalan-jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum. Wisatawan seperti ini bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal dan tingkat interaksinya dengan masyarakat lokal juga tinggi.
- *Individual mass tourists*, yaitu wisatawan yang menyerahkan pengetahuan perjalanannya kepada agen perjalanan, dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah terkenal.
- *Organized mass tourists*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah dikenal, dengan fasilitas seperti yang dapat ditemuinya ditempat tinggalnya, dengan perjalanannya selalu dipandu oleh pemandu wisata.

Secara etimologis pariwisata terdiri dari kata wisata yang berarti perjalanan (*traveling*); kata wisatawan yaitu orang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan (*travelers*), dan

kepariwisataan yaitu hal, kegiatan atau segala sesuatu yang berhubungan dengan pariwisata. Sifat kegiatan pariwisata adalah sosial, ekonomi, kebudayaan yang timbul sebagai efek dari perjalanan wisata. Aspek yang berhubungan dengan pariwisata adalah manusia, tempat/ruang, dan waktu. Manusia adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan dan yang melayani atau menyediakan layanan kebutuhan perjalanan wisata. empat atau ruang adalah tempat atau daerah tujuan wisata, lokasi objek dan daya tarik wisata yang dikunjungi wisatawan. Dan waktu adalah waktu luang (*leisure time*) atau hari-hari libur yang tersedia dan digunakan untuk dan selama perjalanan wisata (Soemanto,2019).

Berikut beberapa pengertian pariwisata para ahli (Primadany dkk., 2000):

1. Muljadi dan Nurhayati (2002) keseluruhan kegiatan yang berhubungan dengan masuk, tinggal pergerakan penduduk asing didalam atau diluar negara , kota atau wilayah tertentu.
2. Kodhyat (1983) pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain secara sementara dilakukan perorangan atau kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.
3. Musanef (1995) pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilaksanakan untuk sementara waktu yang dilakukan

dari satu tempat ketempat lainnya untuk menikmati perjalanan bertamasya dan berekreasi.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas penulis menyimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan orang atau sekelompok seorang kesuatu tempat untuk sementara waktu dengan tujuan berekreasi.

### **2.1.2 Jenis-Jenis Pariwisata**

Host and Guest (1989) dalam Kusumanegara (2009:3) mengklasifikasikan jenis pariwisata sebagai berikut:

1. Pariwisata Etnik (*Ethnic Tourism*), yaitu perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang menarik.
2. Pariwisata Budaya (*Culture Tourism*), yaitu perjalanan untuk meresapi atau untuk mengalami gaya hidup yang telah hilang dari ingatan manusia.
3. Pariwisata Rekreasi (*Recreation Tourism*), yaitu kegiatan pariwisata yang berkisar pada olahraga, menghilangkan ketegangan dan melakukan kontak social dengan suasana santai.
4. Pariwisata Alam (*Eco Tourism*), yaitu perjalanan kesuatu tempat yang relative masih asli atau belum tercemar, dengan tujuan untuk mempelajari, mengagumi, menikmati pemandangan, tumbuhan, dan binatang liar serta perwujudan budaya yang ada atau pernah ada di tempat tersebut.

5. Pariwisata Kota (*City Tourism*), yaitu perjalanan dalam suatu kota untuk menikmati pemandangan, tumbuhan dan binatang liar serta perwujudan budaya yang ada atau pernah ada di tempat tersebut.
6. *Rersort City*, yaitu kota atau perkampungan yang mempunyai tumpuan kehidupan pada persediaan sarana atau prasarana wisata yaitu penginapan, restoran, olahraga, hiburan dan persediaan tamasya lainnya.
7. Pariwisata Agro (*Agro Tourism* yang terdiri dari *Rural Tourism* atau *Farm Tourism*) yaitu merupakan perjalanan untuk meresapi dan mempelajari kegiatan pertanian, perkebunan, peternakan, kehutanan. Jenis wisata ini bertujuan mengajak wisatawan memikirikan alam dan kelestariannya.

### **2.1.3 Teori Pariwisata dalam Islam**

Definisi Pariwisata halal telah diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan OKI. Pariwisata halal merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, pariwisata halal merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkat dari Allah Negara-negara Muslim cenderung menafsirkan pariwisata berdasarkan apa yang Al-Qur'an katakana (Munirah, 2012).

Dalam pandangan Islam pariwisata dikaitkan dengan beberapa konsep sebagai berikut (Jaelani,2017):

1. Perjalanan, Perjalanan dianggap sebagai ibadah, karena diperintahkan untuk melakukan satu kewajiban dari rukun Islam, yaitu haji pada bulan tertentu dan umrah yang dilakukan sepanjang tahun ke baitullah.
2. Dalam pandangan dunia Islam, wisata juga terhubung dengan konsep pengetahuan dan pembelajaran. Hal ini menjadi perjalanan terbesar yang dilakukan pada awal Islam dengan tujuan mencari dan menyebarkan pengetahuan (Q.S. al-Taubah: 112).

التَّائِبُونَ الْعَبِيدُونَ الْحَمِيدُونَ السَّيِّحُونَ  
الرَّكِعُونَ السَّجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ  
وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ  
وَدَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ

Artinya: “Mereka itu adalah orang-orang yang bertaubat, yang beribadat, yang memuji, yang melawat yang ruku', yang sujud, yang menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah berbuat Munkar dan yang memelihara hukum-hukum Allah. dan gembirakanlah orang-orang mukmin itu”( Q.S. al-Taubah [9]: 112).

Maksud dari ayat diatas adalah melawat untuk mencari ilmu pengetahuan atau berjihad. ada pula yang menafsirkan dengan orang yang berpuasa.

3. Ketiga tujuan wisata dalam Islam adalah untuk belajar ilmu pengetahuan dan berpikir. Perintah untuk berwisata di muka bumi muncul pada beberapa tempat dalam Al-Qur'an (lihat Q.S. al-An'am: 11-12 dan al-Naml: 69-70).

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ  
عَنْبَةَ الْمُكْذِبِينَ ﴿١١﴾ قُلْ لِمَنْ مَا فِي السَّمَوَاتِ  
وَالْأَرْضِ قُلْ لِلَّهِ كَتَبَ عَلَى نَفْسِهِ الرَّحْمَةَ  
لِيَجْمَعَنَّكُمْ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ لَا رَيْبَ فِيهِ الَّذِينَ  
خَسِرُوا أَنْفُسَهُمْ فَهُمْ لَا يُؤْمِنُونَ ﴿١٢﴾

Artinya : "Katakanlah: "Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu. ( Q.S. Al-An'am[6]: 11)

"Katakanlah: "Kepunyaan siapakah apa yang ada di langit dan di bumi." Katakanlah: "Kepunyaan Allah." Dia telah menetapkan atas Diri-Nya kasih sayang. Dia sungguh akan menghimpun kamu pada hari kiamat yang tidak ada keraguan padanya. orang-orang yang meragukan dirinya mereka itu tidak beriman.( Q.S. Al-An'am[6]: 11).

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ  
 الْمُجْرِمِينَ ﴿٦٩﴾ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَلَا تَكُنْ فِي ضَيْقٍ  
 مِّمَّا يَمْكُرُونَ ﴿٧٠﴾

Artinya : Katakanlah: "Berjalanlah kamu (di muka) bumi, lalu perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang yang berdosa. (Q.S. An- Naml[27]: 69).

Artinya: Dan janganlah kamu berduka cita terhadap mereka, dan janganlah (dadamu) merasa sempit terhadap apa yang mereka tipudayakan" Q.S. An- Naml[27]: 70).

Maksudnya: Allah telah berjanji sebagai kemurahan-Nya akan melimpahkan rahmat kepada makhluk-Nya. Dan orang-orang yang tidak menggunakan akal-fikirannya, tidak mau beriman.

- Keempat tujuan terbesar dari perjalanan dalam wisata Islam adalah untuk mengajak orang lain kepada Allah dan untuk menyampaikan kepada umat manusia ajaran Islam yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad saw. Hal ini adalah misi Rasul dan para sahabat beliau. Para sahabat Nabi Muhammad menyebar ke seluruh dunia, mengajarkan kebaikan dan mengajak mereka untuk menjalankan kebenaran.

Konsep wisata dikembangkan untuk mencapai tujuan tersebut. Akhirnya, wisata Islam juga termasuk kegiatan perjalanan untuk merenungkan keajaiban penciptaan Allah dan menikmati keindahan alam semesta ini, sehingga akan membuat jiwa manusia mengembangkan keimanan yang kuat dalam keesaan Allah dan

akan membantu seseorang untuk memenuhi kewajiban hidup (Jaelani, 2016).

Berikut bentuk pariwisata berdasarkan Al-Qur'an:

1. *Hijja*: melibatkan perjalanan dan ziarah ke Mekah. Perjalanan ini merupakan persyaratan untuk setiap Muslim dewasa yang sehat. Setidaknya sekali dalam seumur hidup untuk mengambil haji.
2. *Zejara*: mengacu pada kunjungan ke tempat-tempat suci lainnya.
3. *Rihla*: adalah perjalanan untuk alasan lain, seperti pendidikan dan perdagangan.
4. Penekanannya adalah pada gerakan terarah, sebagai komponen dari perjalanan spiritual dalam pelayanan Tuhan. *Shari'ah* hukum menentukan apa yang dapat diterima halal dan apa yang tidak diterima – haram dalam kehidupan sehari-hari dan selama perjalanan (Kovjanic, 2014)

Karakteristik Pariwisata halal berdasarkan Chukaew (2015), terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata halal dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu :

1. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan.
2. Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam.



3. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam.
4. Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
5. Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal.
6. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi.
7. Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan.
8. Berpergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

Dari karakteristik pariwisata halal yang dijabarkan Chukaew (2015), terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan untuk menunjang suatu pariwisata halal.

1. Lokasi: Penerapan sistem Islami di area pariwisata. Lokasi pariwisata yang dipilih merupakan yang diperbolehkan kaidah Islam dan dapat meningkatkan nilai-nilai spiritual wisatawan.
2. Transportasi: Penerapan sistem, seperti pemisahan tempat duduk antara laki-laki dan wanita yang bukan mahram sehingga tetap berjalannya syariat Islam dan terjaganya kenyamanan wisatawan.
3. Konsumsi: Islam sangat memperhatikan segi kehalalan konsumsi, hal tersebut tertuang dalam Q.S Al-Maidah ayat Segi kehalalan disini baik dari dari sifatnya, perolehannya maupun pengolahannya. Selain itu, suatu penelitian menunjukkan bahwa minat wisatawan dalam makanan

memainkan peran sentral dalam memilih tujuan wisata (Moir, 2012).

4. Hotel: seluruh proses kerja dan fasilitas yang disediakan berjalan sesuai dengan prinsip halal Menurut Rosenberg (dalam Sahida, 2009), pelayanan disini tidak sebatas dalam lingkup makanan maupun minuman, tetapi juga dalam fasilitas yang diberikan seperti spa, gym, kolam renang, ruang tamu dan fungsional untuk laki-laki dan perempuan sebaiknya terpisah.

#### **2.1.4 Indikator Pengembangan Pariwisata**

Santosa, dkk. (2015) terdapat lima yang menjadi indikator pengembangan objek wisata halal yaitu :

##### **1. Lokasi**

Lokasi atau obyek wisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung hidup, serta pertahanan dan keamanan. Kedua, promosi pariwisata. Yang dimaksud promosi pariwisata adalah kampanye dan propaganda kepariwisataan yang didasarkan atas rencana atau program yang teratur dan secara kontinyu.

Tjiptono (2008) Faktor-faktor pemilihan lokasi (objek) usaha ataupun objek wisata, adalah :

- a) Akses, lokasi yang mudah dijangkau sarana umum.
- b) Visibilitas, seperti tempat yang mudah terlihat dari pembatas jalan
- c) Lalu lintas, banyaknya orang dan kepadatan (kemacetan) lalu lintas
- d) Tempat parkir yang aman dan memadai.
- e) Ekspansi, adanya lahan yang relatif dapat digunakan untuk memperluas bisnis di masa yang akan datang.
- f) Lingkungan, daerah sekitar yang mendukung.
- g) Peraturan Pemerintah.

## 2. Promosi Pariwisata

Philip Kotler, 2009 dalam Tasruddin (2015) Promosi adalah bagian dan proses strategi pemasaran sebagai cara untuk berkomunikasi dengan pasar, dengan menggunakan komposisi bauran promosi (*promotional mix*). Promosi bertujuan untuk Pertama, Modifikasi tingkah laku maksudnya orang-orang yang melakukan komunikasi itu mempunyai beberapa alasan, antara lain: mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan pertolongan atau instruksi, memberikan informasi, mengemukakan ide dan pendapat. Sedangkan promosi, dari segi lain, berusaha merubah tingkah laku dan pendapat. Penjual selalu menciptakan kesan baik tentang dirinya atau mendorong pembelian barang dan jasa perusahaan. Kedua, memberitahu yang berarti bahwa kegiatan promosi itu dapat ditujukan untuk memberitahu pasar yang dituju tentang penawaran perusahaan. Ketiga yaitu membujuk promosi

yang bersifat membujuk (persuasif) umumnya kurang disenangi oleh sebagian masyarakat. Namun kenyataannya sekarang ini justru yang banyak muncul adalah promosi yang bersifat persuasive. Keempat, Mengingat maksudnya adalah promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merk produk di hati masyarakat dan perlu dilakukan selama tahap kedewasaan di dalam siklus kehidupan produk. Ini berarti pula perusahaan berusaha untuk paling tidak mempertahankan pembeli yang ada (Santosa,dkk., 2015)

Kotler dan Keller (2009) promosi penjualan memiliki indikator sebagai berikut:

- a) Frekuensi penjualan adalah jumlah promosi yang dilakukan dalam suatu waktu melalui media promosi yang dilakukan.
- b) Kualitas promosi adalah tolak ukur seberapa baik promosi yang dilakukan, misalnya seperti konten isi, desain yang menarik, posisi dan media yang digunakan dan lain sebagainya.
- c) Ketetapan waktu atau kesesuaian sasaran yang merupakan faktor yang diperlukan untuk mencapai target yang diinginkan oleh perusahaan.
- d) Waktu promosi adalah seberapa lamanya masa atau tanggung waktu promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Namun dalam penelitian hanya menggunakan tiga indicator yang berhubungan erat dengan penelitian ini.

### 3. Aksesibilitas

Aksesibilitas Pariwisata sangat berkaitan erat dengan aksesibilitas yang mana berkenaan dengan mudah sulitnya wisatawan untuk mencapai suatu daya tarik wisata di suatu daerah. Aspek aksesibilitas tentu sangat berpengaruh dan berperan besar dalam kepariwisataan, ada beberapa hal yang mempengaruhi aksesibilitas suatu daya tarik wisata seperti kondisi jalan, waktu tempuh, tarif dan jenis kendaraan serta jaringan transportasi yang akan disediakan. Semakin baik aksesibilitas suatu daya tarik wisata maka semakin banyak pula wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata tersebut. Sebaliknya, jika aksesibilitas dalam keadaan kurang baik maka semakin terhambat pula wisatawan yang akan berkunjung ke daya tarik wisata tersebut (Isvananda, 2015).

Febrianingrum, dkk (2019) menjelaskan bahwa terdapat 3 aksesibilitas terdiri dari 3 yaitu jaringan jalan, posisi geografis dan moda transportasi umum. Dijelaskan sebagai berikut:

#### 1) Jaringan Jalan

French dalam Febrianingrum, dkk (2019) Prasarana transportasi yang utama yang digunakan wisatawan untuk mencapai destinasi wisata adalah jaringan jalan yang menghubungkan antar obyek dan atraksi wisata. Apabila kondisi jaringan jalan yang baik yang disertai dengan rambu penunjuk arah yang baik maka semakin mempermudah wisatawan untuk menuju ke destinasi wisata

## 2) Posisi Geografis / Lokasi

Rai dan Mahadewi (2012) dalam Febrianingrum, dkk (2019) Aksesibilitas dipengaruhi oleh posisi geografis destinasi wisata mengenai hubungan antara segmen pasar dan destinasi pariwisata menurut fungsi jarak dan waktu.

## 3) Moda Transportasi Umum

Spillane dalam Febrianingrum, dkk. (2019). Kemajuan bidang transportasi atau pengangkutan sangat dibutuhkan karena hal ini menyangkut jarak dan waktu tempuh dalam perjalanan wisata,

## 4) Sarana dan Prasarana (Fasilitas)

Sarana kepariwisataan menurut merupakan perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan kelangsungan hidupnya tergantung dari wisatawan yang datang. Sedangkan prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang mendukung agar sarana pariwisata dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan guna memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam, termasuk pelayanan (Muljadi, 2009:13).

Yoeti 1996 dalam Isvananda (2015) Wisatawan memerlukan fasilitas wisata (sarana dan prasarana) untuk memenuhi kebutuhannya selama berada di destinasi wisata sehingga kelengkapan fasilitas wisata dan kualitas pelayanan

dalam fasilitas tersebut diperlukan untuk mendorong perkembangan pariwisata. Fasilitas yang dimasukkan dalam penelitian ini adalah seperti tempat penitipan barang, tersedianya toilet umum dan lahan parkir yang memadai. Sedangkan kualitas pelayanan mengacu pada pandangan wisatawan secara umum terhadap fasilitas wisata (sarana dan prasarana) sebagaimana yang dikemukakan oleh Yoetti diatas.

#### 5) Akomodasi

Akomodasi (*Accommodation*) Akomodasi merupakan sarana yang menyediakan jasa pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya. Terdapat beberapa jenis akomodasi yang terdapat dalam kepariwisataan yaitu seperti penginapan dan restaurant. Penginapan memiliki berbagai jenis seperti hotel, motel, wisma, *guest house*, *resort*, dan lainnya. Akomodasi sangat diperlukan ketika wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah dalam waktu lebih dari 24 jam yang membutuhkan tempat untuk menginap dan berdiam diri untuk istirahat (Isvananda, 2015).

## **2.2 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

### **2.2.1 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Berdasarkan UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang

mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Selanjutnya dibuatlah pengertian UMKM melalui UU No.9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.



4. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.
5. Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.

### **2.2.2 Kriteria Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Berdasarkan Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut (Suci,2017):

1. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
  - memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau.
  - memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:
  - memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat. usaha; atau

- memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:
- memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
  - memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

### **2.2.3 Kebijakan Pemerintah Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Kebijakan Pemerintah UMKM di Indonesia telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan unit-unit usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan usaha industri berskala besar dan memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dan juga mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan. Berdasarkan kenyataan ini sudah selayaknya UMKM dilindungi dengan UU dan peraturan yang terkait dalam kegiatan operasional dan pengembangannya. Beberapa peraturan

telah dikeluarkan oleh pemerintah untuk melindungi UMKM diantaranya :

1. UUD 1945 merupakan pondasi dasar hukum di Indonesia Pasal 5 ayat(1), Pasal 20, Pasal 27 ayat (2), Pasal 33, UU No.9 Tahun 1995.
2. Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan.
3. Peraturan Presiden No.5 Tahun 2007 mengenai program Kredit Usaha Kecil bagi pembiayaan operasional UMKM, UU No.20 Tahun 2008 tentang pemberdayaan UMKM bagi perekonomian di Indonesia,

Harap Pemerintah meluncurkan paket kebijakan ini merupakan instrumen dalam menyikapi kebutuhan bagi pengembangan UMKM. Pemerintah menyadari bahwa pertumbuhan kredit perbankan cenderung melambat dalam satu tahun terakhir. Pada pertengahan tahun 2014, pertumbuhan tahunan kredit masih sebesar 16,65% yang selanjutnya turun menjadi 11,6% pada akhir tahun 2014 dan 10,4% pada akhir semester I 2015. Kecenderungan tersebut juga terjadi pada kredit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang hanya tumbuh sebesar 9,2% (year

on year) pada akhir Agustus 2015. Kecenderungan perlambatan penyaluran kredit tentu saja terkait dengan melemahnya pertumbuhan ekonomi. Oleh sebab itu, untuk mendorong gerak roda ekonomi masyarakat khususnya kepada UMKM, pemerintah memberikan subsidi bunga yang lebih besar bagi KUR.

## **2.3 Pendapatan**

### **2.3.1 Pengertian Pendapatan**

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha atau sebagainya) (DPN:2000:185). Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba (BN Marbun,2003:230).

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut menitik beratkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Defenisi pendapatan menurut ilmu ekonomi menutup kemungkinan perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang (Rustam, 2018:1).

Pendapatan adalah jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu.

Dimana pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga, atau deviden serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran (Paul,dkk, 1992:258). Pendapatan atau *income* adalah uang yang diterima oleh seseorang dari perusahaan dalam bentuk gaji, upah, sewa, bunga dan laba termasuk juga beragam tunjangan, seperti kesehatan dan pensiun. Sehingga berdasarkan pengertian diatas indikator pendapatan orang tua adalah besarnya pendapatan yang diterima orang tua siswa tiap bulannya (Adji, 2004:3).

Suyanto (2000:80) mendefenisikan pendapatan adalah sejumlah dana yang diperoleh dari pemanfaatan faktor produksi yang dimiliki, sebagai berikut :

- Sewa kekayaan yang digunakan oleh orang lain, misalnya menyewakan rumah, tanah.
- Upah atau gaji karena bekerja kepada orang lain ataupun menjadi pegawai negeri.
- Bunga karena menanamkan modal di bank ataupun perusahaan, misalnya mendepositokan uang di bank dan membeli saham.
- Hasil dari usaha wiraswasta, misalnya berdagang, bertenak, mendirikan perusahaan, ataupun bertani.

Sujarno (2008) mengklasifikasikan pendapatan menjadi tiga sebagai berikut :

### 1. Pendapatan aktif

- Pendapatan aktif atau *earning income* adalah pendapatan yang dihasilkan karena bekerja secara aktif.
- Pendapatan portofolio  
Pendapatan portofolio akan didapatkan jika berinvestasi pada produk-produk keuangan, misalnya reksadana, saham atau obligasi.
- Pendapatan pasif  
Pendapatan pasif adalah pendapatan yang dihasilkan dari sebuah sistem yang bekerja menghasilkan uang. Misalnya, royalti dari menulis buku, rekaman, dll.

#### 2.3.2 Jenis-Jenis Pendapatan

Berdasarkan penggolongannya, Badan Pusat Statistik (BPS, 2014) membedakan pendapatan menjadi 4 golongan adalah sebagai berikut:

1. Golongan pendapatan sangat tinggi, adalah jika pendapatan rata-rata lebih dari Rp. 3.500.000,00 per bulan.
2. Golongan pendapatan tinggi adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp. 2.500.000,00 – s/d Rp. 3.500.000,00 per bulan .
3. Golongan pendapatan sedang adalah jika pendapatan rata-rata antara Rp. 1.500.000,00 s/d Rp. 2.500.000,00 per bulan
4. Golongan pendapatan rendah adalah jika pendapatan rata-rata 1.500.000,00 per bulan.

Secara umum Ibnu sina dalam (Manan,1997:117) berpendapat bahwa adanya harta milik pribadi pada umumnya berasal dari dua jalan yaitu:

- a. Harta warisan, yaitu harta yang diterima dari keluarga yang meninggal.
- b. Harta usaha, yaitu harta yang diperoleh dari hasil bekerja. Lain halnya dengan harta warisan, untuk memperoleh harta seseorang harus bekerja keras untuk memperoleh harta agar dapat terus hidup. Terdapat perbedaan besar antara pekerja intelektual dan pekerja kasar, pekerja terampil dengan pekerja yang tidak terampil. Akibatnya, tingkat keseimbangan pendapatan di antara mereka akan berbeda. Perbedaan pendapatan juga bisa timbul karena perbedaan keuntungan yang bukan berupa uang. Beberapa pekerjaan lebih menyenangkan dari pekerjaan lainnya. Hal ini disebutkan dalam surah an-nisa ayat 32. Islam tidak percaya dalam persamaan yang tetap dalam distribusi kekayaan, karena menghendaki kesempatan bagi perkembangan bakat masing-masing.

Ada tiga sumber pendapatan dalam Islam yang berasal dari faktor-faktor produksi, yaitu sewa, upah, keuntungan, dan profit.

**Tabel 2. 1**  
**Sumber Pendapatan dalam Islam**

No.	Jenis Pendapatan	Defenisi
1.	Sewa	Secara etimologi <i>al-ijarah</i> berasal dari kata <i>al-ajru</i> yang berarti <i>al'Iwadh/</i> penggantian, dari sebab itulah ats-Tsawabu dalam konteks pahala dinamai juga <i>al-ajru/upah</i> . Adapun secara terminology menurut Amir Syarifuddin <i>ijarah</i> secara sederhana dapat diartikan dengan akad atau transaksi manfaat atau jasa dengan imbalan tertentu. Bila yang menjadi objek transaksi adalah manfaat atau jasa dari suatu benda disebut <i>Ijarah al'Ain</i> , seperti sewa menyewa rumah untuk ditempati. Bila yang menjadi objek transaksi manfaat atau jasa dari tenaga seseorang disebut <i>Ijarah ad-Dzimah</i> (Rahman, dkk., 2010:277).
2.	Upah	Upah menurut struktur atas legislasi Islam, pendapatan yang berhak diterima, dapat ditentukan melalui dua metode. Metode pertama adalah <i>ujrah</i> (kompensasi, imbal jasa, upah), sedangkan yang kedua adalah bagi hasil. Seorang pekerja berhak meminta sejumlah uang sebagai bentuk kompensasi atas kerja yang dilakukan. Demikian pula berhak meminta bagian profit atau hasil dengan rasio bagi hasil tertentu sebagai bentuk kompensasi atas kerja.
3.	Keuntungan ( <i>Profit</i> )	Sebagaimana dijelaskan dalam Sunnah yang artinya: "Dari Ibnu Umar, bahwa Nabi Muhammad saw. Bersabda. " <i>Berikanlah upah pekerja sebelum keringatnya kering</i> ". (HR. Ibnu Majah). Islam menawarkan suatu penyelesaian yang saat baik atas masalah pendapatan dan menyelamatkan kepentingan kedua belah pihak, kelas



Tabel 2.1 Lanjutan

No.	Jenis Pendapatan	Defenisi
		<p>pekerja dan para tanpa melanggar hak-hak yang sah dari majikan. Dalam perjanjian (tentang pendapatan) kedua belah pihak diperingatkan untuk bersikap jujur dan adil dalam semua urusan mereka, sehingga tidak terjadi tindakan aniaya terhadap orang lain juga tidak merugikan kepentingannya sendiri. Dalam bahasa Arab disebut dengan <i>ar-ribh</i> yang berarti pertumbuhan dalam perdagangan. Di dalam <i>Almu'jamal-Iqtisadal-Islamiy</i> disebutkan bahwa Profit merupakan penambahan penghasilan dalam perdagangan Selain <i>ribh</i>, istilah lain yang terkait dengan keuntungan yaitu <i>al-nama'</i>, <i>al-ghallah</i> dan <i>al-faidah</i>. Di dalam Tafsir Tematik Konsep Keuntungan dan implementasinya penetapan harga dijelaskan bahwa (Ridho):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Nama'</i> yaitu laba dagang (<i>ar-ribh at-tijari</i>) adalah penambahan pada harta yang telah dikhususkan untuk perdagangan sebagai hasil dari proses barter dan perjalanan bisnis. Laba ini dalam kosep akuntansi disebut laba dagang (<i>ribh tijari</i>). Pertambahan seperti ini dalam konsep akuntansi disebut laba yang timbul dengan sendirinya/laba insidental atau laba minor atau pendapatan marginal atau laba sekunder.</li> <li>2. <i>Al-ghalla</i> (laba insidental) yaitu pertambahan yang terdapat pada barang dagangan sebelum penjualan, seperti wol atau susu dari hewan yang akan dijual. Pertambahan seperti ini tidak bersumber pada proses dagang dan tidak pula pada usaha manusia.</li> </ol>

Tabel 2.1 lanjutan

No.	Jenis Pendapatan	Defenisi
		3. <i>Al-faidah</i> (laba yang berasal dari modal pokok) adalah penambahan pada barang milik (asal modal pokok) yang ditandai dengan perbedaan antara harga waktu pembelian dan harga penjualan, yaitu sesuatu yang baru dan berkembang dari barang-barang milik, seperti susu yang telah diolah yang berasal dari hewan ternak. Dalam konsep akuntansi disebut laba utama (primer) atau laba dari pengoperasian modal pokok.

Adapun yang menjadi indikator pendapatan pelaku UMKM adalah:

1. Usia  
Usia merupakan salah satu factor yang menentukan pendapatan seseorang. Pendapatan seseorang akan meningkat seiring dengan penambahan usia.
2. Durasi waktu kerja  
Merupakan durasi lama seseorang bekerja, setiap orang mempunyai jam kerja yang berbeda-beda dengan pendapatan yang berbeda pula.
3. Tingkat pendidikan  
Tingkat pendidikan juga memegang peranan penting dalam pendapatan seseorang. Pendidikan yang tinggi sangat menentukan kualitas sumber daya manusia. Sumber daya yang tinggi juga akan menghasilkan produktivitas yang tinggi pula.

#### 4. Jumlah Pendapatan

Jumlah pendapatan yang diterima seseorang akan mempengaruhi terhadap permintaan barang. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin tinggi pula permintaan barang atau pengeluarannya (Jaelani, 2017).

#### **2.4 Penelitian Terkait.**

Dinata dan Mussadun (2015) dalam penelitiannya menemukan bahwa pengembangan kawasan Geopark Merangin selama 4 tahun terakhir telah memberikan pengaruh pada kondisi ekonomi masyarakat Desa Air Batu. Adanya pengembangan pariwisata telah mampu meningkatkan kesejahteraan, sehingga yang kesejahteraannya rendah mengalami penurunan meskipun penurunannya kurang signifikan.

Hermawan (2016) dengan menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata membawa dampak yang positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat lokal di Desa Nglanggeran, diantaranya : penghasilan masyarakat meningkat; meningkatkan peluang kerja dan berusaha; meningkatkan kepemilikan dan kontrol masyarakat lokal; meningkatkan pendapatan pemerintah melalui retribusi wisata.

Veradina, dkk. (2018) Penelitian yang dilakukan ini menggunakan penelitian deskriptif dengan metode survey dan menganalisis data menggunakan program regresi dalam

penelitiannya menemukan bahwa adanya pengaruh positif dari objek wisata terhadap tingkat pendapatan masyarakat.

Prasetyo dan Suryoko (2018) dalam penelitiannya dengan menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif menemukan bahwa pengembangan pariwisata di kawasan wisata Dieng mampu meningkatkan pendapatan UMKM di sekitar kawasan wisata Dieng, dan mampu menciptakan peluang bagi masyarakat untuk membuat usaha baru dengan dasar pemikiran bahwa semakin berkembangnya pariwisata akan mendatangkan banyak wisatawan dan semakin banyak uang yang dibelanjakan di tempat wisata tersebut.

Sarifuddin, dkk, (2019) dalam penelitiannya menemukan bahwa pengembangan desa wisata Candirejo berdampak pada ekonomi, sosial, dan pendidikan masyarakat yang berkontribusi sebagai pelaku pariwisata.

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terkait**

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Persamaan Penelitian</b>	<b>Perbedaan Penelitian</b>
1.	Prasetyo dan suryoko (2018)	Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif. Juga dilakukan analisis spasial untuk	Hasil penelitian Prasetyo dan suryoko (2018) menemukan bahwa pengembangan pariwisata di kawasan wisata Dieng mampu meningkatkan pendapatan	Tujuan penelitian sama sama melihat bagaimana pengaruh pengembangan objek wisata terhadap pendapatan UMKM	Lokasi Penelitian: Kawasan Wisata Dieng Analisis: Kualitatif deskriptif

Tabel 2.2-Lanjutan

No .	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		mengheta hui hubungan lokasi terhadap pendapat an	UMKM di sekitar kawasan wisata Dieng.		
2.	Hermawan (2016)	Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif. Metode pencarian data menggunakan metode wawancara diskusi terfokus serta penyebaran angket kepada responden dengan sampel diambil dari masyarakat lokal Dusun Nglanggeran.	Hermawan (2016) dalam penelitiannya menemukan bahwa pengembangan desa wisata membawa dampak yang positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat lokal di Desa Nglanggeran, diantaranya : penghasilan masyarakat meningkat; meningkatkan peluang kerja dan berusaha	Tujuan penelitian sama sama melihat bagaimana pengaruh pengembangan objek wisata terhadap pendapatan UMKM	Lokasi Penelitian: Desa Wisata Nglanggeran. Yogyakarta Analisis: Kualitatif deskriptif

Tabel 2.2 Lanjutan

No	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
3.	Dinata dan Mussadun (2015)	Sampel Penelitian: sebanyak 84 KK. Analisis data yaitu kuantitatif statistic	Pengembangan pariwisata Geopark mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitarnya. Meskipun pengaruh yang diberikan masih sangat kecil.	Tujuan penelitian sama sama melihat bagaimana pengaruh pengembangan objek wisata terhadap pendapatan UMKM	Fokus penelitian pada tingkat kesejahteraan masyarakat. Lokasi penelitian: Desa Air Batu Kabupaten Merangin
4.	Veradina, Manshi dan Mawardi (2018)	Sampel penelitian: 52 sampel Variabel Kesejahteraan: Pendapatan, Pengeluaran, Pendidikan, Kesehatan, Kondisi rumah, Fasilitas Rumah Variabel Pendapatan: Umur, Pendidikan, Jumlah keluarga pengeluaran, waktu kerja.	Veradina, Manshi dan Mawardi (2018) menemukan bahwa pengembangan objek wisata berpengaruh positif terhadap tingkat pendapatan masyarakat.	Tujuan penelitian sama sama melihat bagaimana pengaruh pengembangan objek wisata terhadap tingkat pendapatan.	Lokasi penelitian: Desa Sanan Rejo, Kabupaten Malang

Tabel 2.2-Lanjutan

No .	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
5.	Sarifudin, Sarifah dan Jalunggono (2019)	Sampel : 64 Responden Mengunakan analisis deskriptif	Sarifudin, Sarifah dan Jalunggono (2019) menemukan bahwa pengembangan desa wisata Candirejo berdampak pada ekonomi, sosial, dan pendidikan masyarakat yang berkontribusi sebagai pelaku pariwisata.	Tujuan penelitian sama sama melihat bagaimana pengaruh pengembangan objek wisata terhadap tingkat pendapatan.	Lokasi Penelitian: Desa Candirejo Kec. Brobudur Kab. Magelang Analisis :Deskriptif
6.	Budiyah (2020)	Mengunakan analisis deskriptif	Budiyah (2020)Implikasi pengembangan desa wisata di desa Ketenger terhadap ekonomi masyarakat desa Ketenger belum signifikan hasilnya,karena pengembangan desa wisata ini baru memasuki babak awal.	Tujuan penelitian sama sama melihat bagaimana dampak pengembangan objek wisata terhadap ekonomi masyarakat khususnya tingkat pendapatan.	Lokasi Penelitian: Desa Ketenger Metode analisis :Deskriptif

## **2.5 Keterkaitan Antar Variabel**

### **2.5.1 Hubungan Lokasi ( $X_1$ ) dengan Pendapatan (Y)**

Lokasi wisata pada dasarnya adalah tempat dimana wisatawan dapat mencari informasi wisata, memperoleh penjelasan atau melakukan pembelian terhadap produk wisata yang ditawarkan kepada wisatawan Triyono, Damiasih, & Sudiro, (2018).

Tarigan (2005:145) dalam Setiaji dan Fatuniah (2018) dalam teori lokasi pendekatan losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang digarapnya. Semakin jauh dari tempat penjual, konsumen makin enggan membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal. Produsen harus memilih lokasi yang menghasilkan penjualan terbesar yang identik dengan penerimaan terbesar. Dalam hal ini lokasi usaha sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan karena lokasi usaha yang strategis dapat mempengaruhi tingkat pendapatan usaha.

Buchari (2012:106) dalam Setiaji dan Fatuniah (2018) salah satu hal yang sangat menentukan tingkat keberhasilan dan kegagalan bisnis untuk masa depan yaitu memilih lokasi bisnis yang tepat dan strategis. Dalam memilih dan menetapkan lokasi bisnis terdapat dua langkah yang perlu ditetapkan yaitu menentukan masyarakat yang akan dilayani dan memilih lokasi disekitar masyarakat terse-but, dalam menentukan



lokasi di dalam masyarakat tertentu. Prihatminingtyas (2019) dalam penelitiannya menemukan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan pedagang di Lansungsari.

### **2.5.2 Hubungan Promosi Pariwisata ( $X_2$ ) dengan Pendapatan (Y)**

Aktivitas promosi kepariwisataan secara prinsip merupakan kegiatan komunikasi, yang dilakukan oleh organisasi penyelenggara pariwisata yang nantinya berusaha mempengaruhi khalayak atau pasar wisatawan yang merupakan tumpuan atau sasaran dari penjualan produk wisatanya Triyono, Damiasih, & Sudiro, (2018). Dalam hal ini kegiatan promosi diindikasikan akan mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung dengan demikian semakin banyak jumlah wisatawan yang berkunjung maka akan berdampak terhadap jumlah pendapatan masyarakat. Austriana (2005) dalam (Purwanti & Dewi, 2014) juga mengungkapkan bahwa semakin lama suatu wisatawan berkunjung didaerah wisata maka akan semakin banyak uang yang mereka belanjakan didaerah tersebut.

### **2.5.3 Hubungan Aksesibilitas ( $X_3$ ) dengan Pendapatan (Y)**

Suwantoro (2000: 56) dalam Abdulhaji & Yusuf (2017). menyatakan bahwa aksesibilitas adalah merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata, karena menyangkut pengembangan lintas sektoral. Tanpa dihubungkan dengan jaringan transportasi tidak mungkin sesuatu obyek wisata

mendapat kunjungan wisatawan. Obyek wisata merupakan akhir perjalanan wisata dan harus memenuhi syarat aksesibilitas, artinya objek wisata harus mudah dicapai dan dengan sendirinya juga mudah ditemukan.

Soekadijo (2003: 107- 108) Suwanto (2000: 56) dalam Abdulhaji & Yusuf (2017) mengungkapkan 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. Kemudahan aksesibilitas yang didapatkan oleh wisatawan maka akan meningkatkan keputusan wisatawan yang berkunjung dan hal ini akan berdampak pada peningkatan jumlah pendapatan masyarakat sekitar objek wisata, karena wisatawan yang berkunjung selalu mempunyai kebutuhan saat berwisata.

#### **2.5.4 Hubungan Sarana dan Prasarana (Fasilitas) (X<sub>4</sub>) Terhadap Pendapatan (Y)**

Pengembangan pariwisata suatu daerah tidak terlepas dari ketersediaan sarana dan prasarana di obyek wisata tersebut dan ketersediaan sarana transportasi untuk mencapai obyek wisata tersebut. Kedua hal tersebut akan memberikan pengaruh terhadap hiburan wisata dan atraksi wisata di obyek wisata untuk memberikan kepuasan kepada wisatawan yang datang (Soebiyantoro, 2010). Menurut Braun (2004) (Soebiyantoro, 2010) dalam Ketersediaan fasilitas yang diperlukan oleh suatu daerah

pariwisata tidak terlepas dari teknologi informasi dan komunikasi yang memberikan kontribusi ekonomi kepada beberapa daerah di Australia yang dikemukakan

Penelitian yang dilakukan oleh Sudiarta (2005) (Soebiyantoro, 2010) di Desa Sarangan Bali menyatakan bahwa akses transportasi dapat meningkatkan perkembangan wisata serta peningkatan jumlah wisatawan karena akses menuju wilayah perkotaan menjadi semakin lancar dan biaya yang ditimbulkan semakin murah. Dampak positif ini berpengaruh juga terhadap ekonomi masyarakat dengan munculnya wisatawisata baru berupa munculnya kafe-kafe dan penangkaran dan ternak hewan penyuh.

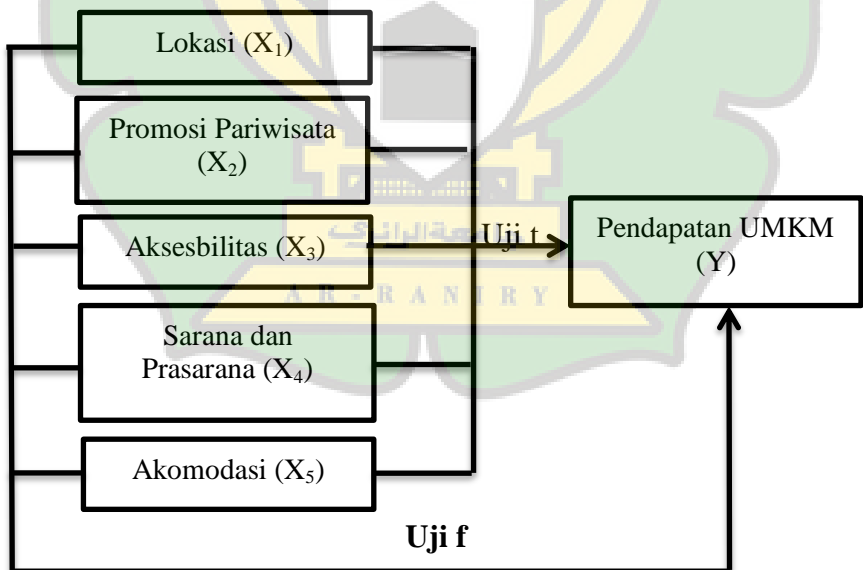
#### **2.5.5 Hubungan Akomodasi ( $X_5$ ) dengan Pendapatan (Y)**

Akomodasi adalah sesuatu yang disediakan untuk kebutuhan wisata, jasa akomodasi termasuk dalam suatu industri, jadi industri akomodasi komponen industri pariwisata. Akomodasi wisata dapat berupa tempat singgah sementara yang digunakan untuk beristirahat, wisatawan dapat menikmati jasa pelayanan lainnya yang terdapat didalam satu paket akomodasi wisata (Warpani, 2007:114) dalam (Nisa, & Haryanto 2014). Jasa akomodasi wisata dibedakan menjadi 3 yaitu akomodasi komersil, semi komersil dan non komersil.

Fasilitas yang disediakan oleh penyelenggara merupakan sarana yang memudahkan bagi pengunjung untuk dapat memenuhi kebutuhannya selama mereka berkunjung sehingga diharapkan pengunjung tidak merasa kesulitan memenuhi kebutuhannya

(akomodasi dan transportasi). Fasilitas yang menjadi kemudahan bagi pengunjung daerah tujuan wisata banyak ditentukan oleh kelengkapan informasi dan ketersediaan transportasi. Kelengkapan informasi tersebut seharusnya sangat mudah didapat di setiap media promosi yang disediakan oleh penyelenggara wisata. Sedangkan ketersediaan transportasi seharusnya sudah menjadi komitmen yang terjalin di antara pihak penyelenggara dan pihak pendukung obyek wisata baik dari kalangan masyarakat maupun swasta (Sutanto, 2016). Adanya kelengkapan akomodasi wisata akan meningkatkan wisatawan yang berkunjung dimana hal ini akan berdampak secara langsung terhadap pendapatan masyarakat.

## 2.6 Kerangka pemikiran



**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas peneliti akan melihat bagaimana pengaruh pengembangan objek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh yang dikembangkan menjadi lima sub variabel yaitu lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi sebagian terhadap tingkat pendapatan UMKM.

## 2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- $H_{01}$  : Lokasi Objek wisata halal tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
- $H_{a1}$  : Lokasi Objek wisata halal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
- $H_{02}$  : Promosi Pariwisata Objek wisata halal tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
- $H_{a2}$  : Promosi Pariwisata Objek wisata halal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.

- $H_{03}$  : Aksesibilitas Objek wisata halal tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
- $H_{a3}$  : Aksesibilitas Objek wisata halal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
- $H_{04}$  : Sarana dan Prasarana Objek wisata halal tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
- $H_{a4}$  : Sarana dan Prasarana Objek wisata halal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
- $H_{05}$  : Akomodasi Objek wisata halal tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
- $H_{a5}$  : Akomodasi Objek wisata halal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
- $H_{06}$  : Lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi Objek wisata halal tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.

Ha<sub>6</sub> : Lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi Objek wisata halal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.



## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan menginterpretasikan variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini bersifat deskriptif analisis yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Berdasarkan data dan analisis datanya, maka penelitian ini bersifat kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2018:7). Penelitian ini bertujuan untuk menemukan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di kawasan Masjid Raya Baiturahman yang merupakan salah satu kawasan objek wisata halal dikota Banda Aceh. Adapun alasan pemelihan lokasi penelitian adalah melihat semakin bertambahnya pengunjung atau wisatawan setelah adanya pengembangan pada objek wisata halal ini, yang mana akan berdampak pada pendapatan pelaku UMKM disekitarnya.



### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah himpunan keseluruhan karakteristik dari objek yang diteliti. Sedangkan Sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel. Sugiyono (2015:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teori Roscoe (1975) dalam Sugiyono (2015:131) adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dimana jumlah tersebut diyakini sudah mewakili jumlah populasi.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Prosedur yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan memakai *sampling incidental* yaitu metode penetapan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015:124).

### 3.4 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan operasional variabel dan indikator variabel

**Tabel 3. 1**  
**Operasional Variabel dan Indikator Variabel**

No.	Dimensi Penelitian	Defenisi Operasional Variabel	Variabel Penelitian	Indikator
1.	Objek Wisata Halal	<p>Penyediaan produk dan layanan pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim sesuai ajaran agama islam. (Mohsin dkk., 2016). Sedangkan pengembangan pariwisata ada dilakukan dan bertujuan untuk menjadikan pariwisata maju dan berkembang kearah yang lebih baik dari segi kualitas sarana prasarana, memudahkan akses kemana saja, menjadi destinasi yang diinginkan, dan</p>	Lokasi	<p>1) Akses, mudah dijangkau oleh sarana umum. 2) Ekspansi, lahan yang realatih mudah digunakan sebagai lahan usaha/bisnis. 3) Tempat yang memadai (Chiptono,2008: 132)</p>

## 3.1 Lanjutan

No.	Dimensi Penelitian	Defenisi Operasional Variabel	Variabel Penelitian	Kisi-Kisi Indikator
		menjadikan manfaat yang baik secara ekonomi bagi masyarakat sekitar.	Promosi Pariwisata	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Frekuensi promosi pariwisata.</li> <li>2) Kualitas promosi (Media social yang digunakan).</li> <li>3) Waktu promosi (Kotler dan Keller, 2009:4)</li> </ol>
			Aksesibilitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Jaringan jalan</li> <li>2) Posisi geografis</li> <li>3) Moda transportasi umum (Febrianingrum, dkk., 2019:115)</li> </ol>
			Sarana dan Prasana (Fasilitas)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Fasilitas umum yang disediakan seperti tempat penitipan barang. Lahan parker yang aman dan toilet yang memadai. (Yoetti,1996:178)</li> </ol>
			Akomodasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kesiadian Hotel/penginapan</li> <li>2) Ketersediaan tempat souvenir (Isvananda, 2015:77)</li> </ol>

## 3.1 Lanjutan

No.	Dimensi Penelitian	Defenisi Operasional Variabel	Variabel Penelitian	Indikator
2.	Pendapatan UMKM	<p>Pendapatan adalah jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu. Dimana pendapatan terdiri dari upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga, atau deviden serta pembayaran transfer atau penerimaan dari pemerintah seperti</p>	Pendapatan UMKM	<p>1) Usia  2) Durasi Waktu Kerja  3) Tingkat pendidikan  4) Jumlah Pendapatan  (Jaelani,2017:23)</p>

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Data Primer**

Dalam penelitian ini menggunakan angket langsung dan tertutup, yaitu angket yang menghendaki jawaban tentang diri responden dan jawaban dengan jawaban yang telah disediakan dan responden menjawab sesuai dengan apa yang dilakukannya. Kuesioner (angket) ini adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Arikunto,2010:142).

Angket yang digunakan dalam penelitian ini diberikan kepada pelaku UMKM untuk memperoleh data pengembangan objek wisata halal yang terdiri dari lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi serta data pendapatan UMKM.

#### **2. Dokumentasi**

Metode dokumentasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder berupa jumlah wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Halal Masjid Raya Baiturrahman dan data jumlah UMKM di Kota Banda Aceh.

### **3.6 Teknik Pengukuran Data**

Skala pengukuran yang dilakukan adalah skala likert. Skala ini digunakan dalam penelitian yang menggunakan kuesioner. Digunakan untuk mengukur respon subjek ke dalam 5 poin skala

dengan interval yang sama. Maka demikian tipe data yang digunakan skor yang dapat diberikan sebagai berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Skala Pengukuran**

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Biasa Saja	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

### **3.7 Uji Validitas dan Reabilitas Angket**

#### **1. Uji Validitas**

Uji validitas adalah uji keabsahan yang ditunjukkan pada konsistensi antara data dengan kenyataan yang sebenarnya. Setiap penelitian selalu dipertanyakan mengenai validitas alat yang digunakan. Suatu alat pengukur dikatakan valid jika alat itu dipakai untuk mengukur sesuai dengan kegunaannya. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program spss . Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel, dimana  $df = n - 2$  dengan signifikan 5%. Jika  $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$  maka valid (Sugiyono, 2018:195)

#### **2. Uji Reabilitas**

Reliabilitas adalah ketelitian dan ketepatan teknik pengukuran. Rumus reliabilitas ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan dalam penelitian. Untuk menguji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena data yang diukur berupa data dengan skala *Likert*.

Jawaban kuisioner pada skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat tinggi sampai sangat rendah. *Alpha Cronbach* merupakan suatu koefisien reliabilitas yang mencerminkan seberapa baik item pada suatu rangkaian berhubungan secara positif satu dengan lainnya. *Alpha Cronbach* dihitung dalam batasan interkorelasi rata-rata antara item yang mengukur konsep. Uji realibilitas instrument menggunakan pengujian dengan taraf signifikan 5%, jika  $r$  alpha  $>$  0,6 maka instrumen tersebut dinyatakan *reliable*. Penghitungan dengan menggunakan program SPSS versi 24 (Koestoro, dan Basrowi, 2006:243).

### **3.8 Teknik Analisis Data**

#### **3.8.1 Uji Asumsi Klasik**

##### **1. Uji Normalitas**

Ghozali (2013:160), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode uji Kolmogrov Smirnov satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikannya  $>$  0,05 maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikannya  $<$  0,05 maka variabel tidak berdistribusi normal.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam model regresi yang digunakan terjadi ketidaksamaan varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya.. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah menggunakan uji Rank Spearman yaitu dengan melihat nilai sig variabel independen dengan tingkat kepercayaan ( $\alpha = 0,05$ ). Apabila nilai sig lebih besar dari nilai  $\alpha$  (sig  $\alpha$ ) maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas (Suyonto,2009:8)

## 3. Uji Multikolenieritas

Uji multikolenieritas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya kemiripan antar variabel independent dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independent akan menyebabkan hubungan yang kuat. Selain itu, uji multikolenieritas digunakan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya multikolenieritas dilihat dari VIF, apabila nilai VIF yang dihasilkan 1-10 maka tidak terjadi multikolenieritas (Sujarweni, 2015 : 185).



### 3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda

#### 1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear berganda. Variabel yang akan dikorelasikan terdiri dari variabel X sebagai variabel bebas dan variabel Y sebagai variabel terikat, adapun rumusnya : (Hartono,2005:160)

$$Y = a + bX + e \dots\dots\dots (1)$$

Kemudian persamaan diatas ditransformasikan kedalam persamaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e \quad (2)$$

Keterangan :

Y : Pendapatan UMKM

a : koefisien kosntanta

X<sub>1</sub> : Lokasi

X<sub>2</sub> : Promosi Pariwisata

X<sub>3</sub> : Aksesibilitas

X<sub>4</sub> : Sarana dan Prasarana

X<sub>5</sub> : Akomodasi

b : koefisien regresi

e : error

#### 2. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Fungsi dari uji (R<sup>2</sup>) yaitu mengukur sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat.

Uji  $R^2$  dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisaran antara  $0 < R^2 < 1$ . Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut:

- a) Jika nilai ( $R^2$ ) mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang semakin kecil.
- b) Jika nilai ( $R^2$ ) mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang semakin kuat.

### 3. Uji T

Uji T adalah statistik digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara individual (parsial) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai T hitung dengan T tabel dengan derajat kebebasan ( $df = n - k$ ). Apabila T hitung  $>$  T tabel dengan signifikansi dibawah 0,05 (5%) maka secara individual (parsial) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya. Untuk pengujian dalam penelitian ini digunakan program SPSS (Ghozali, 2013: 152). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan, yaitu:

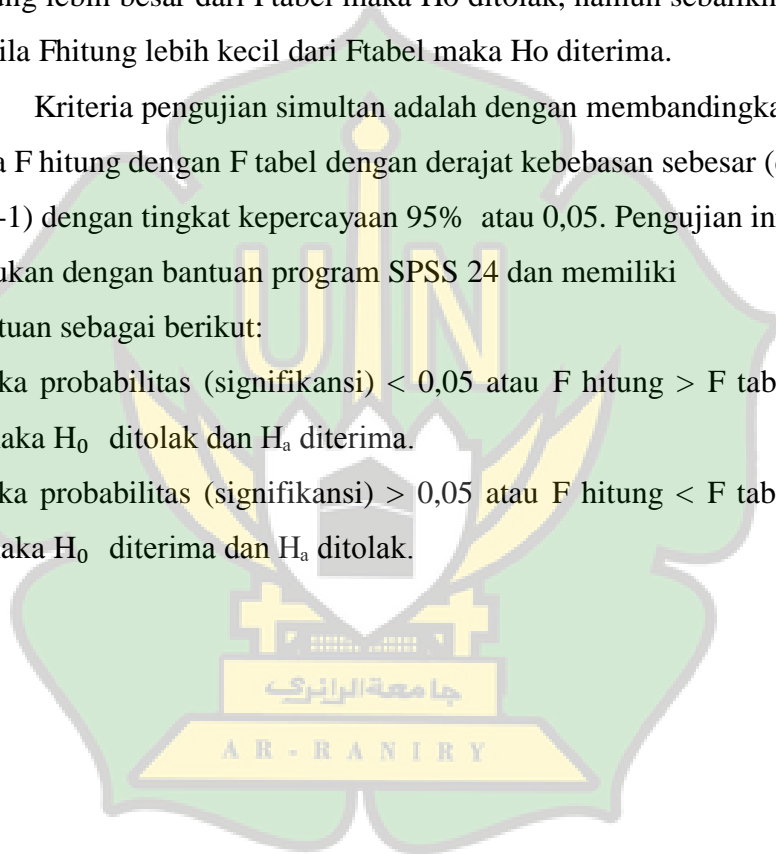
1. Jika probabilitas (signifikansi)  $<$  0,05 atau t hitung  $>$  t tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
2. Jika probabilitas (signifikansi)  $>$  0,05 atau t hitung  $<$  t tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat secara individual.

### 3. Uji F

Adalah uji yang digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap dependen secara bersamaan (simultan). Dasar pengambilan keputusan uji F ini adalah jika  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, namun sebaliknya apabila  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.

Kriteria pengujian simultan adalah dengan membandingkan antara  $F$  hitung dengan  $F$  tabel dengan derajat kebebasan sebesar ( $df = n-k-1$ ) dengan tingkat kepercayaan 95% atau 0,05. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 24 dan memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Jika probabilitas (signifikansi)  $< 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Jika probabilitas (signifikansi)  $> 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.



## **BAB IV PEMBAHASAN**

### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Masjid Raya Baiturrahman terletak di pusat kota Banda Aceh, kota yang menjadi ibukota sekaligus pusat pemerintahan Aceh dengan luas 1500 m<sup>2</sup>. Menurut sejarah bahwa Masjid Raya Baiturrahman paling awal dibangun pada masa pemerintahan Sultan Alaidin Mahmudsyah 1 pada tahun 1267-1309 M, dan diberi nama Baiturrahman Masjid (Rumah Maha Penyayang). Kemudian nama masjid berubah menjadi Baiturrahim (Rumah Pengasih) yang dibangun oleh Sultan Alaidin Syamsusyah 1497-1511 M. Namun Masjid Raya Baiturrahman dibangun kembali pada masa pemerintahan Sultan Iskandar Muda pada tahun 1607-1636 M (Wikipedia, 2020).

Perubahan transformasi tipologi bentuk kubah pada masjid raya Baiturrahman dari awal mula berbentuk satu kubah di tahun 1873-1874 M, kemudian sampai pada bentuk jumlah tujuh kubah sampai masa sekarang. Menurut sejarah bahwa Masjid raya Baiturrahman paling awal dibangun pada masa pemerintahan Sultan Alaidin Mahmudsyah 1 pada tahun 1267-1309 M. Namun Masjid raya Baiturrahman dibangun kembali pada masa pemerintahan Sultan Iskandar Muda pada tahun 1607-1636 M. ada tahun 1936, masjid ini di perluas oleh Gubernur Van Aken. Dalam perluasan ini Masjid Raya Baiturrahman ditambah dua kubah lagi dengan luasan 741 m<sup>2</sup>. Pada tahun 1936, Masjid di perluas oleh

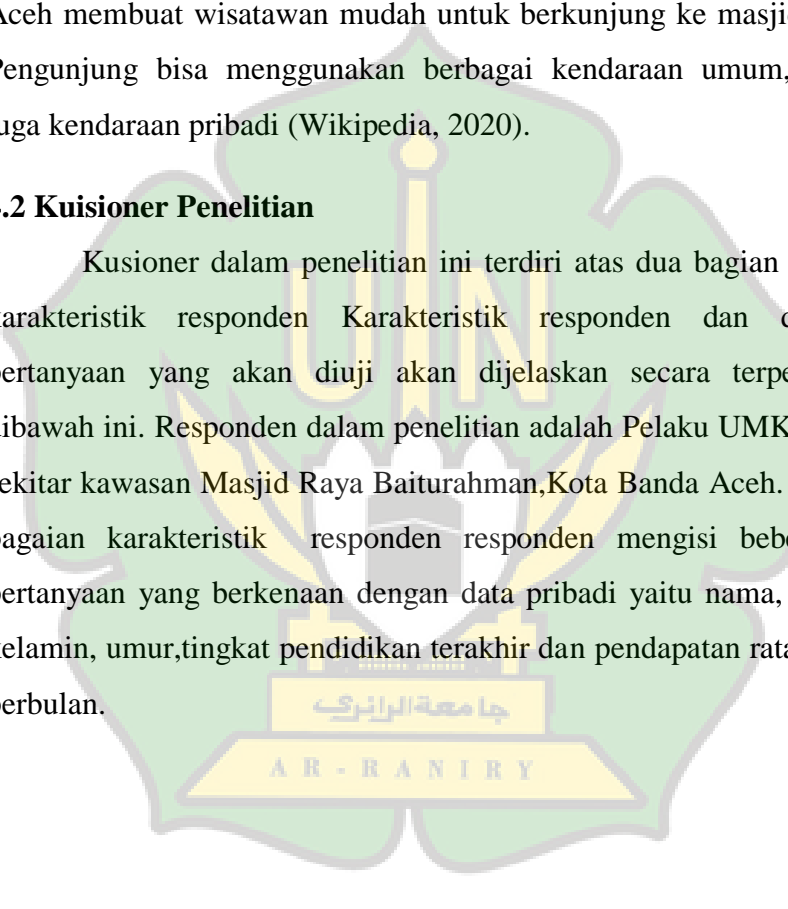
gubernur Van Aken dengan biaya f 35.000 (Tiga Puluh Lima Ribu Rupiah Gulden). Dalam masa perluasan ini Masjid Raya Baiturrahman ditambah dua kubah lagi dengan luasan 741 m<sup>2</sup>. Perluasan dengan penambahan dua kubah serta dua menara di arah utara dan selatan menurut (Surat Keputusan menteri agama RI tanggal 31 Oktober 1957). Perletakan batu pertamanya dilaksanakan pada hari sabtu, 16 Agustus 1958 oleh Menteri Agama yaitu K.H.M.Ilyas. Hasil renovasi ini dilakukan dengan luas bangunan Masjid raya Baiturrahman menjadi 1.945 m<sup>2</sup> dengan lima kubah. Tahun 1992 Masjid Raya Baiturrahman diperluas lagi dengan tujuh kubah dan lima menara dengan luasan 3.500 m<sup>2</sup>, dan tanah di bagian halaman depan di bebaskan seluas 16.070 m<sup>2</sup> dengan biaya sebesar 1.2M (Wikipedia, 2020).

Di halaman depan didirikan menara utama dengan ketinggian 53 meter. Namun ketika berapa tahun silam ibukota provinsi Aceh yaitu Banda Aceh mengalami tragedi gempa bumi dan tsunami pada tanggal 26 Desember 2004 yang menghancurkan sebagian daerah di Aceh, akan tetapi Masjid Raya Baiturrahman ini selamat tanpa kerusakan sedikitpun. Setelah tsunami pemerintah melakukan pembangunan secara besar-besaran terhadap masjid raya baiturrahman sampai dengan sekarang yaitu 12 payung elektrik yang menambah keindahan masjid ini. Payung ini memiliki ketinggian mencapai 20 meter dan lebar 14 meter (Wikipedia, 2020).

Secara geografis, letak Masjid Raya Baiturrahman berada pada Jalan Muhammad Jam No.1, Desa Kampung Baru, Kecamatan Baiturrahman, Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh. Letaknya yang strategis, yaitu berada tepat di jantung Kota Banda Aceh membuat wisatawan mudah untuk berkunjung ke masjid ini. Pengunjung bisa menggunakan berbagai kendaraan umum, dan juga kendaraan pribadi (Wikipedia, 2020).

#### **4.2 Kuisisioner Penelitian**

Kuisisioner dalam penelitian ini terdiri atas dua bagian yaitu karakteristik responden dan daftar pertanyaan yang akan diuji akan dijelaskan secara terperinci dibawah ini. Responden dalam penelitian adalah Pelaku UMKM di sekitar kawasan Masjid Raya Baiturrahman, Kota Banda Aceh. Pada bagian karakteristik responden mengisi beberapa pertanyaan yang berkenaan dengan data pribadi yaitu nama, jenis kelamin, umur, tingkat pendidikan terakhir dan pendapatan rata-rata perbulan.



### 1. Keadaan Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian ini menyajikan informasi mengenai keadaan umum responden berdasarkan jenis kelamin. Adapun besarnya persentase antara responden laki-laki dan perempuan disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4. 1**  
**Keadaan Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

JenisKelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	64	64.0	64.0	64.0
	Perempuan	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Kusioner (2020)

Berdasarkan Tabel 4.1, hasil identifikasi keadaan umum menurut jenis kelamin menunjukkan pelaku UMKM berjenis kelamin laki-laki berjumlah 64 orang atau sebesar 64% dan pelaku UMKM berjenis kelamin perempuan berjumlah 36 orang atau 36%. Dalam penelitian ini responden didominasi oleh pedagang UMKM berjenis kelamin laki-laki.

## 2. Keadaan Umum Responden Berdasarkan Umur

Pada penelitian ini menyajikan informasi mengenai keadaan umum responden berdasarkan jenis kelamin. Adapun besarnya persentase antara umur disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4. 2**  
**Keadaan Umum Responden Berdasarkan Umur**

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>50 Tahun	6	6.0	6.0	6.0
	20 Tahun	1	1.0	1.0	7.0
	21-30 Tahun	47	47.0	47.0	54.0
	31-40 Tahun	39	39.0	39.0	93.0
	41-50 Tahun	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Kusioner (2020)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa keadaan umum pelaku UMKM di kawasan objek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman berdasarkan umur yaitu pelaku UMKM berumur >50 tahun sebanyak 6 orang atau 6%, berumur 20 tahun sebanyak 1 orang atau 1%, berumur 20-30 tahun sebanyak 47 oarang atau 47%, berumur 31-40 tahun sebanyak 39 oarang atau 39% dan terakhir berumur 41-50 tahun 7 oaranga atau 7%. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian umur responden didominasi oleh umur 21-30 tahun sebanyak 47 orang atau 47%.



### 3. Keadaan Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Pada penelitian ini menyajikan informasi mengenai keadaan umum responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Adapun besarnya persentasenya disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4. 3**  
**Keadaan Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir**

Tingkat Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D3/S1/S2	37	37.0	37.0	37.0
	SMA/MA	51	51.0	51.0	88.0
	SMP/MTS	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Kusioner (2020)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa keadaan umum pelaku UMKM di kawasan objek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yaitu tingkat pendidikan D3/S1/S2 sebanyak 37 orang atau 37%, tingkat pendidikan SMA/MA sebanyak 51 orang atau 51%, dan SMP/MTS sebanyak 12 orang atau 12%. Jadi keadaan umum pelaku UMKM di kawasan objek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman berdasarkan tingkat pendidikannya dalam penelitian ini di terbanyak adalah adalah tingkat pendidikan SMA/MA.

#### 4. Keadaan Umum Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Perbulan

Pada penelitian ini menyajikan informasi mengenai keadaan umum responden berdasarkan rata-rata pendapatan perbulan. Adapun besarnya persentasenya disajikan pada tabel berikut :

**Tabel 4. 4**  
**Keadaan Umum Responden Berdasarkan Rata-Rata**  
**Pendapatan Perbulan**

Pendapatan/Bulan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>Rp. 10.000.000	18	18.0	18.0	18.0
	Rp. 1.000.000	1	1.0	1.0	19.0
	Rp. 1.500.000 – 2.000.000	5	5.0	5.0	24.0
	Rp. 2.000.000 – 3.000.000	10	10.0	10.0	34.0
	Rp. 3.000.000 – 4.000.000	33	33.0	33.0	67.0
	Rp. 4.000.000 – 4.500.000	1	1.0	1.0	68.0
	Rp. 4.000.000 – 5.000.000	5	5.0	5.0	73.0
	Rp. 5.000.000 – 6.000.000	13	13.0	13.0	86.0
	Rp. 6.000.000 – 7.000.000	6	6.0	6.0	92.0
	Rp. 8.000.000 – 9.000.000	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Kusioner (2020)

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketagui bahwa pendapatan responden >Rp. 10.000.000 sebanyak 18 oarang atau 18%, Rp 1.000.000 sebanyak 1 orang atau 1%, Rp. 1.500.000 – 2.000.000 sebanyak 5 orang atau 5%, Rp. 2.000.000 – 3.000.000 sebanyak 10 orang atau 10%, Rp. 3.000.000 – 4.000.000 sebanyak 33 oarang atau 33%, Rp. 4.000.000 – 4.500.000 sebanyak 1 oarang atau 1%,

Rp. 4.000.000 – 5.000.000 sebanyak 5 orang atau 5%, Rp. 5.000.000 – 6.000.000 13 orang atau 13%, Rp. 6.000.000 – 7.000.000 sebanyak 6 orang atau 6% dan terakhir Rp. 6.000.000 – 7.000.000 sebanyak 8 orang atau 8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pendapatan terbanyak responden dalam penelitian ini adalah Rp. 3.000.000-4.000.000 sebanyak 33 orang.

5. Keadaan Umum Responden Berdasarkan lama Berdagang di Kawasan Objek Wisata Halal Masjid Raya Baiturrahman

**Tabel 4. 5**  
**Keadaan Umum Responden Berdasarkan Lama Berdagang di Kawasan Objek Wisata Halal Masjid Raya Baiturrahman**

<b>Lama Berdagang disekitaran Masjid Raya Baiturrahman</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 Tahun	1	1.0	1.0	1.0
	>10 Tahun	3	3.0	3.0	4.0
	1-2 Tahun	3	3.0	3.0	7.0
	3-4 Tahun	27	27.0	27.0	34.0
	4-5 Tahun	7	7.0	7.0	41.0
	5-6 Tahun	30	30.0	30.0	71.0
	6-7 Tahun	15	15.0	15.0	86.0
	8-9 Tahun	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Kusioner (2020)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa keadaan umum pelaku UMKM di kawasan objek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman berdasarkan lama berdagang yaitu < 1 tahun yaitu satu orang atau 1%, >10 tahun yaitu tiga orang atau 3%, 1-2 tahun yaitu 3 orang atau 3%, 2-3, 3-4 tahun yaitu 27 orang atau 27%, 4-5

tahun yaitu 7 orang atau 7%, 5-6 tahun sebanyak 30 orang atau 30%, 6-7 tahun 14 orang atau 14% dan terakhir 8-9 tahun sebanyak 15 orang atau 15%. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini keadaan umum pelaku UMKM di kawasan objek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman berdasarkan lama berdagang lama berdagangnya paling tinggi adalah 5-6 tahun sebanyak 30 orang atau 30%.

### **4.3 Analisis Data**

#### **4.3.1 Uji Instrumen**

##### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan hasil  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, dimana  $df = n-2$  dengan sig 5%. Jika  $r$  hitung  $> r$  tabel maka butir pertanyaan dinyatakan valid. Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, maka akan dilakukan perhitungan statistic terlebih dahulu pada 30 responden sehingga  $r$  tabel diperoleh dari  $N = 100$  dan  $df = n-2 = 98$  adalah  $r = 0,1966$ . Adapun hasil output uji validitas dengan menggunakan program SPSS 25 dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4. 6**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai r- Tabel	Nilai r- Hitung	Kesimpulan
Lokasi	X1.1	0,1966	0,917	Valid
	X1.2	0,1966	0,966	Valid
	X1.3	0,1966	0,932	Valid
Promosi Pariwisata	X2.1	0,1966	0,738	Valid
	X2.2	0,1966	0,892	Valid
	X2.3	0,1966	0,827	Valid
Aksesbilita s	X3.1	0,1966	0,901	Valid
	X3.2	0,1966	0,891	Valid
	X3.3	0,1966	0,815	Valid
	X3.4	0,1966	0,916	Valid
Sarana dan Prasarana	X4.1	0,1966	0,899	Valid
	X4.2	0,1966	0,843	Valid
	X4.3	0,1966	0,908	Valid
	X4.4	0,1966	0,790	Valid
Akomodasi	X5.1	0,1966	0,924	Valid
	X5.2	0,1966	0,901	Valid
	X5.3	0,1966	0,930	Valid
Pendapatan UMKM	Y.1	0,1966	0,688	Valid
	Y.2	0,1966	0,886	Valid
	Y.3	0,1966	0,900	Valid
	Y.4	0,1966	0,883	Valid
	Y.5	0,1966	0,880	Valid
	Y.6	0,1966	0,923	Valid
	Y.7	0,1966	0,859	Valid

Sumber: Data diolah dari Responden Agustus (2020)

Berdasarkan Tabel 4.6 , secara keseluruhan item pertanyaan variabel lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel yaitu 0,1966.

## 2. Uji Reabilitas

Reliabilitas variabel ditentukan berdasarkan nilai alphacronbach, apabila nilai alpha lebih besar dari 0,6 maka dikatakan variabel tersebut reliabel atau dapat diandalkan. Untuk mengetahui hal tersebut, maka akan dilakukan perhitungan statistic terdahulu dengan menggunakan program SPSS 25. Adapun hasil output uji reabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4. 7**  
**Uji Reabilitas Angket**

Variabel	Cronbach Alpha	N item	keterangan
Lokasi	0,932	3	Realibel
Promosi Pariwisata	0,754	3	Realibel
Aksesibilitas	0,903	4	Realibel
Sarana dan Prasarana	0,883	4	Realibel
Akomodasi	0,907	3	Realibel
Pendapatan UMKM	0,940	7	Realibel

Sumber: Data diolah dari Responden Agustus (2020)

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa angket penelitian yaitu variabel lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi dapat dinyatakan realibel karena nilai *Cronbach Alpha* >0,60.

### 4.3.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Ghozali (2012:160) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel *dependent* dan variabel *independent* mempunyai kontribusi atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistic *One Sample Kolmogorov Simirnov* dengan menggunakan metode pendekatan Exact. Mehta dan Patel (2011) menjelaskan bahwa secara default SPSS menghitung nilai *p-value* berdasarkan nilai asyimtotic nilai *p-value* diestimasi data yang diberikan cukup besar. Ketika data berukuran kecil, tidak seimbang dan berdistribusi buruk maka data yang dihasilkan tidak realibel atau tidak akurat. sehingga solusinya adalah dengan menggunakan metode exact, nilai *p-value* yang dihasilkan oleh metode exact lebih akurat. dengan ketentuan apabila nilai *Exact Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai *Exact Sig. (2-tailed)* kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.8**  
**Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.64226172
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.068
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.043 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		.367
Point Probability		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah dari responden Agustus (2020)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai *Exact Sig. (2-tailed)* sebesar 0,367 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

## 2. Uji Heterokedastitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heterokedastitas diuji dengan menggunakan kolerasi *Rank Spearman* yaitu mengkolerasikan antara absolut residual hasil regresi semua



variabel bebas. Bila signifikansi hasil kolerasi lebih kecil dari 0,05 maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedasitas dan sebaliknya non heteroskedasitas atau homoskedasitas (Sunyoto, 2009:88).

**Tabel 4. 9**  
**Uji Heteroskedasitas**

Variabel	N	Nilai Sig (2-tailed)
Lokasi	100	0,686
Promosi Pariwisata	100	0,869
Aksesibilitas	100	0,909
Sarana dan Prasarana	100	0,914
Akomodasi	100	0,629

Sumber : Data diolah dari responden Agustus (2020)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat nilai *Sig. (2-tailed)* lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi memiliki nilai yang lebih besar dari 0,05 ( $0,969 > 0,05$ ) sehingga model regresi ini layak untuk dipakai dalam memprediksi pengaruh pengembangan objek wisata halal ( variabel lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi) terhadap pendapatan UMKM.

### 3. Uji Multikolenearitas

Pengujian ini dilakukan dengan menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas yang akan digunakan dalam persamaan regresi. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang tinggi, maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolenearitas yaitu dengan melihat *tolerance value* dan *Variance Inflation Factor*

(VIF). Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) yang dihasilkan kurang dari 10 dan nilai *Tolerance*  $\geq 0,10$  maka tidak terjadi multikolenieritas.

**Tabel 4.10**  
**Uji Multikolenearitas**

Variabel	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Lokasi	0,140	7.129
Promosi Pariwisata	0,226	4.424
Aksesibilitas	0,109	9.184
Sarana dan Prasarana	0,140	7.122
Akomodasi	0,299	3.342

Sumber : Data diolah dari responden Agustus (2020)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat dilihat nilai *tolerance* dari variabel lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi memiliki nilai yang lebih besar dari 0,10 dan memiliki nilai *VIF* kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini terjadi multikolenearitas.

#### 4.3.3 Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data memberikan gambaran mengenai karakteristik data variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Deskripsi data berfungsi untuk mengetahui nilai minimum, maksimum, nilai jangkauan, mean dan *standart deviation*. Deskripsi data penelitian dapat dilihat pada tabel 4.11 sebagai berikut.

**Tabel 4.11**  
**Statistik Deskriptif**

Variabel	Item Pertanyaan	Mean	Range	Min.	Maks.
Lokasi	X1.1	3,93	4	1	5
	X1.2	4,06	4	1	5
	X1.3	3,86	4	1	5
Promosi Pariwisata	X2.1	3,25	4	1	5
	X2.2	4,02	4	1	5
	X2.3	3,74	4	1	5
Aksesbilitas	X3.1	3,93	4	1	5
	X3.2	3,85	4	1	5
	X3.3	3,57	4	1	5
	X3.4	3,92	4	1	5
Sarana dan Prasarana	X4.1	3,77	4	1	5
	X4.2	3,85	4	1	5
	X4.3	3,72	4	1	5
	X4.4	3,48	4	1	5
Akomodasi	X5.1	3,52	4	1	5
	X5.2	3,57	4	1	5
	X5.3	3,57	4	1	5
Pendapatan UMKM	Y.1	3,54	4	1	5
	Y.2	3,59	4	1	5
	Y.3	3,62	4	1	5
	Y.4	3,67	4	1	5
	Y.5	3,59	4	1	5
	Y.6	3,75	4	1	5
	Y.7	3,55	4	1	5

Sumber : Data diolah dari responden Agustus (2020)

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_1$  terdiri dari 3 item pertanyaan yang memiliki nilai rata rata sebesar (3,93 ; 4,06 dan 3,86) dan nilai maksimumnya adalah 5 yang berarti jawaban tertinggi responden serta minimumnya adalah 1 dimana nilai terendah jawaban responden terhadap lokasi ( $X_1$ ). Untuk variabel promosi pariwisata ( $X_2$ ) terdiri dari 3 item pertanyaan dimana memiliki rata rata sebesar (3,25;4,02;3,74),

memiliki nilai maksimum sebesar 5 adalah jawaban tertinggi responden untuk variabel  $X_2$  sedangkan nilai minimumnya adalah 1. Dan terakhir nilai jangkauan responden adalah 4. Untuk  $X_3$  yaitu aksesibilitas terdiri dari 3 item pertanyaan yang memiliki nilai rata-rata sebesar (3,85;3,57;3,92 dan 3,77), memiliki nilai maksimum sebesar 5 adalah jawaban tertinggi responden untuk variabel  $X_3$  sedangkan nilai minimumnya adalah 1. Dan terakhir nilai jangkauan responden adalah 4. Sedangkan  $X_4$  yaitu variabel sarana dan prasarana terdiri dari 4 pertanyaan yang memiliki nilai rata-rata sebesar (3,77;3,85;3,72 dan 3,48) dan memiliki nilai maksimum sebesar 5 adalah jawaban tertinggi responden untuk variabel  $X_4$  sedangkan nilai minimumnya adalah 1. Dan terakhir nilai jangkauan responden adalah 4. Selanjutnya  $X_5$  terdiri dari 3 item pertanyaan yang memiliki nilai rata-rata sebesar (3,52;3,57 dan 3,57) dan memiliki nilai maksimum sebesar 5 adalah jawaban tertinggi responden untuk variabel  $X_5$  sedangkan nilai minimumnya adalah 1. Dan terakhir nilai jangkauan responden adalah 4. Terakhir  $Y$  terdiri dari 7 item pertanyaan dengan rata-rata  $Y.1$  sebesar 3,54,  $Y.2$  sebesar 3,59,  $Y.3$  sebesar 3,62,  $Y.4$  sebesar 3,67,  $Y.5$  sebesar 3,59,  $Y.6$  sebesar 3,75 dan terakhir  $Y.7$  sebesar 3,55. Nilai rata-rata tertinggi pada item pertanyaan 6 dan nilai rata-rata terendah pada item pertanyaan 1 dan memiliki nilai maksimum sebesar 5 adalah jawaban tertinggi responden untuk variabel  $Y$  sedangkan nilai minimumnya adalah 1. Dan terakhir nilai jangkauan responden adalah 4.

### 4.3.4 Pengujian Hipotesis

#### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data dengan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menjawab pengaruh pengembangan objek wisata halal yaitu variabel lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi terhadap tingkat pendapatan pelaku UMKM kawasan Masjid Raya Baiturrahman.

**Tabel 4. 12**  
**Analisis Pengaruh Antar Variabel**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.258	1.143		.225	.822		
	Lokasi	-.018	.192	-.010	-.094	.925	.140	7.129
	Promosi Pariwisata	.598	.191	.257	3.125	.002	.226	4.424
	Aksesibilitas	.119	.177	.080	.673	.503	.109	9.184
	Sarana dan Prasarana	.436	.194	.235	2.252	.027	.140	7.122
	Akomodasi	.976	.160	.435	6.088	.000	.299	3.342

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Sumber: Data diolah dari Responden Agustus (2020)

Berdasarkan Tabel 4.12 maka persamaan regresi linear berganda yang didapatkan dari hasil perhitungan dengan SPSS 25 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,258 - 0,18X_1 + 0,598X_2 + 0,119X_3 + 0,436X_4 + 0,976X_5 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Koefisien regresi  $X_1$  diperoleh nilai sebesar -0,18 dengan tanda koefisien negative. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penurunan 1 satuan lokasi, maka pendapatan UMKM akan menurun sebesar -0,18. Nilai signifikansi sebesar 0,925 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.
- 2) Koefisien regresi  $X_2$  diperoleh nilai sebesar 0,598 dengan tanda koefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan promosi pariwisata maka pendapatan UMKM akan meningkat sebesar 0,598. Nilai signifikansi sebesar 0,02 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang menjelaskan bahwa promosi pariwisata berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM.
- 3) Koefisien regresi  $X_3$  diperoleh nilai sebesar 0,119 dengan tanda koefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan aksesibilitas maka pendapatan UMKM akan meningkat sebesar 0,119. Nilai signifikansi sebesar 0,503 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang menjelaskan bahwa aksesibilitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM.

- 4) Koefisien regresi  $X_4$  diperoleh nilai sebesar 0,436 dengan tanda koefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan sarana dan prasarana maka pendapatan UMKM akan meningkat sebesar 0,436. Nilai signifikansi sebesar 0,027 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang menjelaskan bahwa sarana dan prasarana berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM.
- 5) Koefisien regresi  $X_5$  diperoleh nilai sebesar 0,976 dengan tanda koefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan akomodasi maka pendapatan UMKM akan meningkat sebesar 0,976. Nilai signifikansi sebesar 0,00 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 yang menjelaskan bahwa akomodasi berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM.

## 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi digunakan untuk mengukur besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil  $R^2$  dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4. 13**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.925 <sup>a</sup>	.856	.849	2.712
a. Predictors: (Constant), Akomodasi, Lokasi, Promosi Pariwisata, Sarana dan Prasarana, Akseibilitas				
b. Dependent Variable: Pendapatan UMKM				

Sumber: Data diolah dari Responden Agustus (2020)

Berdasarkan Tabel 4.12 pada penelitian ini diperoleh nilai *Adjusted R square* sebesar 0,849. Hal ini menunjukkan pendapatan UMKM disekitaran Masjid Raya Baiturrahman sebesar 84,9% oleh variabel pengembangan objek wisata halal yaitu variabel lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi, sedangkan sisanya 25,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

### 3. Uji Simultan

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Tabel berikut merupakan hasil Uji F.

**Tabel 4. 14**  
**Uji Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4124.217	5	824.843	112.179	.000 <sup>b</sup>
	Residual	691.173	94	7.353		
	Total	4815.390	99			
a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM						
b. Predictors: (Constant), Akomodasi, Lokasi, Promosi Pariwisata, Sarana dan Prasarana, Aksesibilitas						

Sumber: Data diolah dari Responden Agustus (2020)

Berdasarkan data pada kolom F diatas nilai  $F_{hitung}$  diperoleh nilai sebesar 112,179 sedangkan pada  $F_{tabel}$  diperoleh



nilai dari  $df_1$  (jumlah variabel - 1) atau  $6 - 1 = 5$  dan  $df_2$  ( $n-k$ ) atau  $100 - 6 = 94$  pada tabel F yang menghasilkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,31 nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{Tabel}$  di atas menunjukkan bahwa  $F_{tabel} = 112,179 > 2,31$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,00 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan UMKM.

#### 4. Uji Parsial

Uji T merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara individu variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas menjelaskan variasi variabel terikat. Apabila nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil dalam pengujian ini dapat dilihat pada tabel.

**Tabel 4. 15**  
**Uji Parsial**

Variabel	$T_{tabel}$	$T_{hitung}$	Signifikansi	Kesimpulan
Lokasi	1,985	-0,094	0,925	Tidak signifikan
Promosi Pariwisata	1,985	3.125	0,002	Signifikan
Aksesibilitas	1,985	0,673	0,503	Tidak signifikan
Sarana dan Prasarana	1,985	2.252	0,027	Signifikan
Akomodasi	1,985	6.088	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah dari Responden Agustus (2020)

Sebelum menyimpulkan hipotesis yang diterima, terlebih dahulu menentukan  $T_{\text{tabel}}$  dengan taraf signifikan  $5\% : 2 = 2.5\%$  (uji 2 sisi) dan derajat kebebasan (df)  $n - k$  atau  $100 - 6 = 94$  dieproleh nilai  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,985. Hasil statistik uji t untuk variabel pengembangan objek wisata halal yaitu variabel lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi sebagai berikut:

1) Lokasi ( $X_1$ )

Hasil uji statistik variabel lokasi ( $X_1$ ) yaitu nilai t hitung sebesar -0,094 dimana nilai tersebut lebih kecil dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $-0,094 < 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,925 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,925 > 0,05$ ) sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa lokasi objek wisata halal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh ditolak.

2) Promosi Pariwisata ( $X_2$ )

Hasil uji statistik promosi pariwisata ( $X_2$ ) yaitu nilai t hitung sebesar 3,125 dimana nilai tersebut lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $3,125 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,002 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ) sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa promosi pariwisata objek wisata halal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh diterima.

3) Aksesibilitas ( $X_3$ )

Hasil uji statistik aksesibilitas ( $X_3$ ) yaitu nilai  $t$  hitung sebesar 0,673 dimana nilai tersebut lebih kecil dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $0,673 < 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,503 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,503 > 0,05$ ) sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa aksesibilitas objek wisata halal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh ditolak.

4) Sarana dan Prasarana ( $X_4$ )

Hasil uji statistik sarana dan prasarana ( $X_4$ ) yaitu nilai  $t$  hitung sebesar 2,252 dimana nilai tersebut lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $2,252 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi kecil 0,027 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,027 < 0,05$ ) sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa sarana dan prasarana objek wisata halal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh diterima.

5) Akomodasi ( $X_5$ )

Hasil uji statistik akomodasi ( $X_5$ ) yaitu nilai  $t$  hitung sebesar 6,088 dimana nilai tersebut lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $6,088 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,00 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ) sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa akomodasi objek wisata halal berpengaruh terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh diterima.

#### **4.4 Pembahasan Pengaruh Pengembangan Objek Wisata Halal Terhadap Pendapatan UMKM disekitar Masjid Raya Baiturrahman.**

Wisata Islam merupakan kegiatan perjalanan untuk merenungkan keajaiban penciptaan Allah dan menikmati keindahan alam semesta ini, sehingga akan membuat jiwa manusia mengembangkan keimanan yang kuat dalam keesaan Allah dan akan membantu seseorang untuk memenuhi kewajiban hidup. Ekonomi. Disamping itu, dengan adanya pengembangan objek wisata halal untuk mendorong perekonomian umat manusia, sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa belakangan ini pengembangan objek wisata termasuk wisata halal sebagai lahan untuk bisnis dan masyarakat sekitarnya menjadikannya sebagai lahan mata pencaharian untuk meningkatkan pendapatan ekonomi. Pengembangan wisata halal ini harus sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam baik Lokasi, promosi, akomodasi, aksesibilitas, sarana dan prasarana. Allah SWT telah memerintahkan umatnya untuk mengorganisaikan sumber daya alam yang telah Allah limpahkan kepada umat-Nya untuk mencapai kesejahteraan dalam kehidupannya.

Diketahui hasil uji statistik variabel lokasi ( $X_1$ ) yaitu nilai  $t$  hitung sebesar  $-0,094$  dimana nilai tersebut lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $-0,094 < 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,925$  dimana nilai tersebut lebih besar dari  $0,05$  ( $0,925 > 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi secara parsial tidak berpengaruh

signifikan terhadap pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh. Putri dan Jember (2016) bahwa lokasi mempunyai pengaruh terhadap tingkat pendapatan UMKM. Akan tetapi dalam penelitian lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM dikarenakan lokasi Masjid Raya Baiturrahman yang strategis belum bisa sepenuhnya bisa dijadikan lapangan usaha.

Diketahui hasil uji statistik promosi pariwisata ( $X_2$ ) yaitu nilai  $t$  hitung sebesar 3,125 dimana nilai tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,125 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,002 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan pariwisata berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh. Hal yang sama juga ditemukan oleh Manurung dkk., (2017) bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Diketahui hasil uji statistik aksesibilitas ( $X_3$ ) yaitu nilai  $t$  hitung sebesar 0,673 dimana nilai tersebut lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $0,673 < 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,503 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,503 > 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas objek wisata halal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.

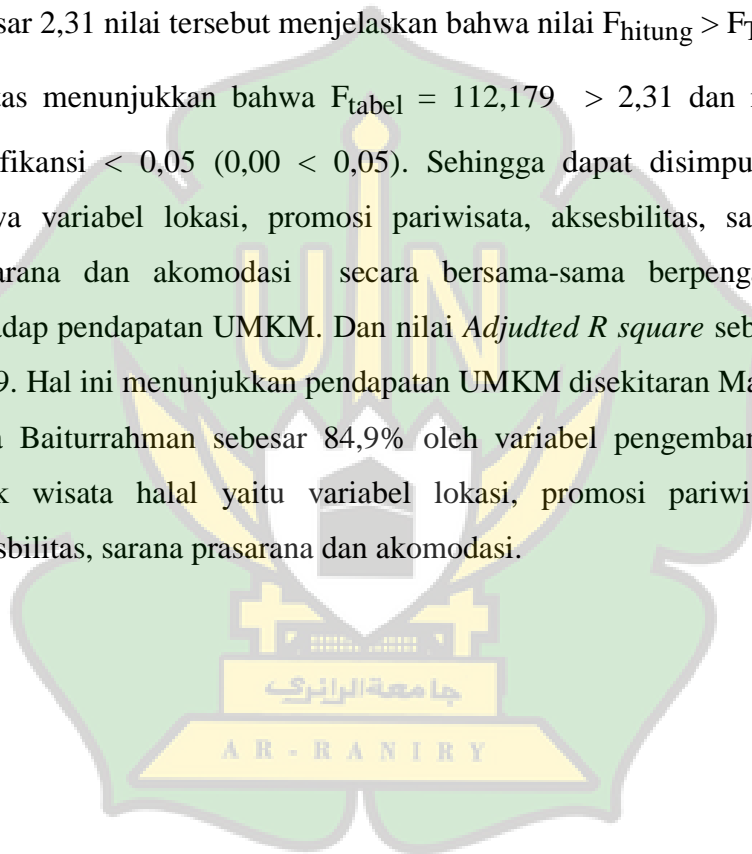
Diketahui Hasil uji statistik sarana dan prasarana ( $X_4$ ) yaitu nilai  $t$  hitung sebesar 2,252 dimana nilai tersebut lebih besar dari

$t_{\text{tabel}}$  ( $2,252 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi kecil  $0,027$  dimana nilai tersebut lebih kecil dari  $0,05$  ( $0,027 < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa sarana dan prasarana objek wisata halal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh. Sarana dan prasarana objek wisata sangat menentukan wisatawan yang berkunjung ataupun para pelaku UMKM yang berada di kawasan objek wisata tersebut, sarana dan prasarana yang disediakan demi kenyamanan orang yang berkunjung ke objek wisata dengan semakin bertambahnya wisatawan yang berkunjung akan berdampak terhadap pendapatan UMKM. Hal yang sama juga ditemukan oleh Prasetyo dan Suryoko (2018) bahwa pengembangan objek wisata memberikan dampak positif terhadap pendapatan UMKM.

Diketahui hasil uji statistik akomodasi ( $X_5$ ) yaitu nilai  $t$  hitung sebesar  $6,088$  dimana nilai tersebut lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $6,088 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,00$  dimana nilai tersebut lebih kecil dari  $0,05$  ( $0,00 < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa akomodasi objek wisata halal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh. Penyediaan akomodasi yang lengkap seperti tersedianya hotel atau penginapan, tempat makan dan fasilitas lainnya di kawasan objek wisata akan membuat wisatawan nyaman dalam berkunjung, dimana hal ini dampaknya langsung akan dirasakan oleh pelaku UMKM yang menyediakan jasa tersebut hal yang sama juga ditemukan oleh Hermawan (2016)

dalam penelitiannya menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata membawa dampak yang positif bagi perkembangan ekonomi masyarakat.

Diketahui nilai  $f$  hitung sebesar 112,179 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,31 nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{Tabel}$  di atas menunjukkan bahwa  $F_{tabel} = 112,179 > 2,31$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,00 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan UMKM. Dan nilai *Adjusted R square* sebesar 0,849. Hal ini menunjukkan pendapatan UMKM disekitaran Masjid Raya Baiturrahman sebesar 84,9% oleh variabel pengembangan objek wisata halal yaitu variabel lokasi, promosi pariwisata, aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi.



## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh pengembangan objek wisata halal terhadap pendapatan UMKM disekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Lokasi ( $X_1$ ) yaitu nilai  $t$  hitung sebesar  $-0,094$  dimana nilai tersebut lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $-0,094 < 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,925$  dimana nilai tersebut lebih besar dari  $0,05$  ( $0,925 > 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
2. Pariwisata ( $X_2$ ) yaitu nilai  $t$  hitung sebesar  $3,125$  dimana nilai tersebut lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,125 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,002$  dimana nilai tersebut lebih kecil dari  $0,05$  ( $0,002 < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan pariwisata berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
3. Aksesibilitas ( $X_3$ ) yaitu nilai  $t$  hitung sebesar  $0,673$  dimana nilai tersebut lebih kecil dari  $t_{tabel}$  ( $0,673 < 1,985$ ) dan nilai



signifikansi sebesar 0,503 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ( $0,503 > 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas objek wisata halal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.

4. Akomodasi ( $X_4$ ) yaitu nilai  $t$  hitung sebesar 6.088 dimana nilai tersebut lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $6,088 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,00 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa akomodasi objek wisata halal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
5. Akomodasi ( $X_5$ ) yaitu nilai  $t$  hitung sebesar 6.088 dimana nilai tersebut lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $6,088 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,00 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa akomodasi objek wisata halal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM di sekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.
6. Diketahui nilai  $f$  hitung sebesar 112,179 dan nilai  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,31 nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{Tabel}}$  di atas menunjukkan bahwa  $F_{\text{tabel}} = 112,179 > 2,31$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  ( $0,00 < 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi, promosi pariwisata,

aksesibilitas, sarana prasarana dan akomodasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap pendapatan UMKM disekitaran Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, adapun saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademisi, dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dalam kegiatan mengajarnya maupun dalam melakukan penelitian selanjutnya dengan menggunakan sampel yang lebih besar, metode analisis yang berbeda dan menambah variabel-variabel yang berkenaan pengembangan objek wisata halal dan pendapatan UMKM.
2. Bagi lembaga pariwisata atau pihak yang terlibat dalam kepariwisataan untuk terus berupaya mengembang objek-objek wisata halal sesuai dengan prinsip Islam dan juga dengan terus dilakukannya pengembangan objek wisata mampu mendorong dan meningkatkan pendapatan UMKM di kawasan objek wisata tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. (2017). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas Dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Humano: Jurnal Penelitian*, 7(2), 134-148.
- Adji, W. (2004). *Ekonomi SMK Untuk Kelas XI*. Bandung, Ganeca exacta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi, Rineka Cipta, Jakarta,.
- Asy-Syurbashi, A. (1981). *Almu'jam al Iqtisad al-Islamiy*. Dar al-Jail.
- Depdiknas. (2000). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta, Balai Pustaka.
- Ghazaly, A. R., Ihsan, G. dan Shidiq, S. (2010). *Fiqh Muamalah*. Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, I., Nasution, Y., S., J., Marluyah dan Rahmi, S. (2015). *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta, Kencana.
- Hartono. (2005). *Statistik untuk Penelitian*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Heri Prasuhanda Manurung<sup>1</sup>, Endang SulistyaRini<sup>2</sup>, Arlina Nurbaity Lubis<sup>3</sup>
- Hermawan, H. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3 (2)105-117.

<https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/917> diakses pada 7 Maret 2020 pukul 8.30.

- Jaelani, A. (2017). *Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek*. Paper No. 76237
- Koestoro, B., dan Basrowi. (2006). *Strategi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Surabaya: Yayasan Kampusina.
- Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang*. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.
- Lallo, C., Poluan dan Waani J., O. (2016). Persepsi Wisatawan Terhadap Fasilitas Infrastruktur Di Pantai Pasir Putih Kabupaten Manokwari Propinsi Papua Barat.3(3) 1-8.
- Mannan, M. (1997). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta, PT. Dana Bhakti Prima.
- Manurung, H. P., Rini, E. S. dan Lubis, A. N. (2017). Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Sepatu Boenot Umkm Kisaran. *Economic Science : Jurnal Ilmiah Dan Ekonomi 1 (1)*.
- Marbun, BN.(2003).*Kamus Manajemen*, Jakarta, Pustaka Sinar Harapan.
- Mehta, C. R., & Patel, N. R. (2011). IBM SPSS exact tests. Armonk, NY: IBM Corporation.
- Mohsin, A., Ramli, N, dan Alkhulayfi, BA. 2016. Halal Tourism: Emerging Opportunities. *Tourism Management Perspective*. 19: 137-143.
- Musaddun dan Dinata, I. P. (2015). Pengaruh Pengembangan Kawasan Wisata Geopark Merangin Terhadap

Kesejahteraan Masyarakat Desa Air Batu. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*. 11 (3), 327-338.

- Muddasir, R. (9 April 2019). Indonesia Destinasi Wisata Halal Terbaik Dunia 2019. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190409/12/909833/indonesia-destinasi-wisata-halal-terbaik-dunia-2019#:~:text=Lembaga%20pemeringkat%20Mastercard-Crescent%20menempatkan,sama%20berada%20di%20Ranking%20teratas,diakes%20February%202021>. diakses 2 February 2021
- Nisa, A. F., & Haryanto, R. (2014). Kajian Keberadaan Wisata Belanja Malioboro Terhadap Pertumbuhan Jasa Akomodasi di Jalan Sosrowijayan dan Jalan Dagen. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 3(4), 933-948.
- Nova Belinda. (2013). Analisis Dampak Berganda (Multiplier Effect) Pemanfaatan Wisata Alam Tanjung Mutiara Di Danau Singkarak Kabupaten Tanah Datar". (Skripsi : Institut Pertanian Bogor).
- Nugraha, Y. M. (2018). Analisis Potensi Promosi Pariwisata Halal Melalui Emarketing Di Kepulauan Riau. *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti* 3 (2) 63-68.
- Prasetyo, B. dan Suryoko, S. (2018). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perkembangan Umkm Pada Kawasan Wisata Dieng. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 1-11.
- Prastyo, B. Dan Suryoko, S. (2018). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perkembangan UMKM Pada Kawasan Wisata Dieng. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 1-11.
- Prihatminingtyas, B. (2019). Pengaruh Modal, Lama Usaha, Jam Kerja dan Lokasi Usaha terhadap Pendapatan Pedagang

di Pasar Landungsari. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akutansi*, 7(2), 147-154.

- Purwanti, N. D., & Dewi, R. M. (2014). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mojokerto Tahun 2006-2013. *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*, 2(3), 1-12.
- Putri, N. M. D. M dan Jember, M. (2016). Pengaruh Modal Sendiri dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Tabanan (Modal Pinjaman sebagai Variabel Intervening). *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 9 (2) 142-150.
- Samuelson dan Nordhaus (1992). *Mikro Ekonomi*, edisi keempat belas, Jakarta, Erlangga.
- Santosa, E. D.A.I., Shaleh, C. dan Hadi, M. (2015). Pengembangan Objek Pariwisata Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal (Studi Kasus Objek Wisata Banyu Biru di Kabupaten Pasuruan)”. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 3(1) 89-95.
- Setiaji, K., & Fatuniah, A. L. (2018). Pengaruh modal, lama usaha dan lokasi terhadap pendapatan pedagang pasar pasca relokasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 6(1), 1-14.
- Soebiyantoro, U. (2010). Pengaruh ketersediaan sarana prasarana, sarana transportasi terhadap kepuasan wisatawan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 4(1), pp-16.
- Soemanto. (2019). Sosiologi Pariwisata. Diakses pada tanggal 24 Januari 2020 melalui <http://repository.ut.ac.id/4659/2/SOSI4415-M1.pdf>
- Suci, Y. R. (2017) Perkembangan Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos* 6 (1) 51-58.

- Sudarmanto, R. G. (2004). *Analisis Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung , ALFABETA.
- Suhendroyono dan Novitasari, R. (2016) Pengelolaan Wisata Alam Watu Payung Sebagai Ikon Wisata Berbasis Budaya Di Gunungkidul Yogyakarta. *Jurnal Kepariwisata* 10 (1), 43-50.
- Sujarno, (2008). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Nelayan di Kabupaten Langkat, Tesis Sarjana S2 program studi magister ekonomi pembangunan Universitas Sumatra Utara, Medan.
- Sutanto, D. H. (2016). Pentingnya promosi guna meningkatkan minat wisatawan wisata sejarah di Kota Lama Semarang. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 1(1).
- Suwena, I. K dan Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengertian Dasar Ilmu Pariwisata*. Pustaka Larasan, Denpasar.
- Suyanto, (2000). Refleksi Reformasi Pendidikan Indonesia Memasuki Millenium III. (Yogyakarta: Adicita).
- Tjiptono, Fandi (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Tiga, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Triyono, J., Damiasih, D., & Sudiro, S. (2018). Pengaruh Daya Tarik dan Promosi Wisata terhadap Kepuasan Pengunjung Kampoeng Wisata di Desa Melikan Kabupatean Klaten. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 12(01), 29-40.
- Veradina, A., Mahsni, A. W. dan Mawardi, M. C. (2018). Pengaruh Adanya Tempat Wisata Terhadap Kesejahteraan Dan Pendapatan Ukm Kecil Disekitar Tempat Wisata Desa Sananrejo, Kecamatan Turen Kabupaten Malang. *E-JRA* 07 (11) 1-12.

Widjaja. (2002). *Otonomi daerah dan Daerah Otonom*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.





## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kusioner Penelitian

#### KUESIONER

**Kepada Yth,**

**Bapak/Ibu/Saudara/i**

**Disekitaran kawasan objek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman.**

Dengan Hormat,

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*


Saya Fahrol Rizal, mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, saat ini saya sedang melakukan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengembangan Objek Wisata Halal Terhadap Pendapatan Umkm Di Sekitar Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh ”**.

Sehubung dengan hal tersebut, saya bermaksud untuk meminta kesediaan anda untuk menjadi responden dengan mengisi kusioner ini. Seluruh data yang anda berikan akan bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas seluruh waktu dan kerjasamanya yang telah anda berikan saya ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. W*

## A. DATA RESPONDEN

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pertanyaan ini dan memberi tanda *checklist* (√) pada kolom yang tersedia:

1. Nama:
2. Jenis kelamin:
  - Laki-laki
  - Perempuan
3. Umur:
  - 20 tahun  21-30 tahun
  - 31-40 tahun  41-50 tahun
  - >50 tahun
4. Tingkat Pendidikan:
  - SD/MI  SMP/MTS
  - SMA/MA  D3/S1/S2
  - Lainnya
5. Jumlah Rata-Rata Pendapatan 
  - < Rp 1.000.000
  - Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
  - Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000
  - Rp 4.000.000- Rp 5.000.000
  - Rp 5.000.000- Rp 6.000.000
  - Rp 6.000.000- Rp 7.000.000
  - Rp 8.000.000- Rp 9.000.000
  - Rp 9.000.000- Rp 10.000.000

[ ] > Rp 10.000.000

6. Lama berdagang di Kawasan Masjid Raya Baiturrahman

[ ] < 1 Tahun

[ ] 1-2 Tahun

[ ] 3-4 Tahun

[ ] 4-5 Tahun

[ ] 5-6 Tahun

[ ] 6-7 Tahun

[ ] 8-9 Tahun

[ ] 9-10 Tahun

[ ] > 10 Tahun

**B. PETUNJUK PENGISIAN**

Berikanlah tanda *checklist* (√) pada kolom Bapak/Ibu/Saudara/i pilih sesuai keadaan yang sebenarnya, dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

**BS : Biasa Saja**

**S**

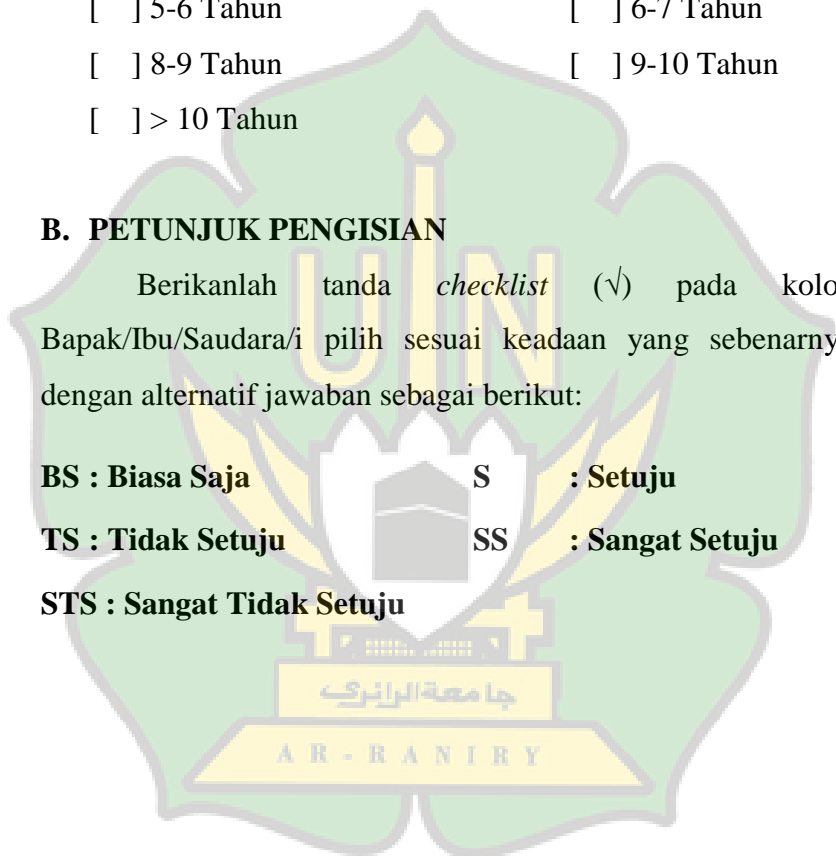
**: Setuju**

**TS : Tidak Setuju**

**SS**

**: Sangat Setuju**

**STS : Sangat Tidak Setuju**



Lanjutan

Daftar Pertanyaan	SS	S	BS	TS	STS
<b>Lokasi (X<sub>1</sub>)</b>					
Menurut saudara/I lokasi Masjid Raya Baiturrahman yang strategis maka obyek wisata ini mudah untuk dijangkau oleh wisatawan.					
Menurut saudara/I lokasi sekitaran Masjid Raya Baiturrahman sangat mudah untuk dijadikan sebagai lahan usaha dan tambahan mata pencaharian.					
Menurut saudara/I lokasi Masjid Raya Baiturrahman yang luas nyaman untuk dijadikan tempat refreshing dan bersantai sehingga wisatawan senang berkunjung ke Masjid Raya Baiturrahman.					
<b>Promosi Pariwisata (X<sub>2</sub>)</b>					
Menurut saudara/I promosi yang dilakukan akan menambah daya tarik wisata untuk mengunjungi obyek Masjid Raya Baiturrahman ini					
Menurut saudara/I media sosial salah satu lahan promosi yang cukup sering digunakan dan akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.					
Menurut saudara/I dengan terus melakukan promosi objek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman akan dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung.					

Lanjutan

Daftar Pertanyaan	SS	S	BS	TS	STS
<b>Promosi Pariwisata (X<sub>2</sub>)</b>					
<b>Aksesibilitas (X<sub>3</sub>)</b>					
Menurut saudara/I jalan umum menuju ke Obyek Pariwisata Masjid Raya Baiturrahman dapat dilalui dengan mudah					
Menurut saudara/I penyediaan halte Transkoetaraja di depan Masjid Raya Baiturrahman memudahkan wisatawan yang berkunjung.					
Menurut saudara/I tersedianya beberapa pilihan transportasi umum di kawasan objek wisata Masjid Raya Baiturrahman					
Menurut saudara/I objek wisata Masjid Raya Baiturrahman dekat dengan bandara pelabuhan sehingga mudah dijangkau oleh wisatawan					
<b>Sarana dan Prasarana (X<sub>4</sub>)</b>					
Menurut saudara/I pengadaan payung hidrolik membuat pengunjung tertarik mengunjungi objek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman.					
Menurut saudara/I Tersedianya tempat penitipan barang yang membuat wisatawan yang berkunjung merasa nyaman.					
Menurut saudara/I toilet umum dan lahan parkir yang memadai.					
Menurut saudara/I sarana dan prasana yang disediakan oleh pengelola sudah cukup lengkap, wisatawan merasa nyaman dan senang baik untuk sekedar					

## Lanjutan

Daftar Pertanyaan	SS	S	BS	TS	STS
<b>Sarana dan Prasarana (X<sub>4</sub>)</b>					
beribadah dan berwisata.					
<b>Akomodasi (X<sub>5</sub>)</b>					
Menurut saudara/I disekitaran objek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman tersedia hotel atau penginapan yang mudah dijangkau oleh wisatawan.					
Menurut saudara/I disekitaran objek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman tersedia tempat makanan dan minuman yang mudah dijangkau oleh wisatawan.					
Menurut saudara/I disekitaran objek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman tersedia took souvenir atau oleh oleh yang mudah dijangkau oleh wisatawan.					
<b>Pendapatan UMKM (Y)</b>					
Menurut saudara/I dengan usia produktif, pendapatan akan jauh lebih meningkat.					
Menurut saudara/I dengan adanya pengembangan obyek wisata halal Masjid Raya Baiturrahman,					
pendapatan masyarakat ikut meningkat dan membantu kegiatan ekonomi lainnya.					
Menurut saudara/I semakin lama berjualan semakin banyak pendapatan yang didapatkan.					

*Lanjutan*

Daftar Pertanyaan	SS	S	BS	TS	STS
<b>Pendapatan UMKM (Y)</b>					
Menurut saudara/I wisatawan yang berkunjung membuat sdr/I semakin lama berjualan di kawasan objek wisata ini.					
Menurut saudara/I tingkat pendidikan yang sdr/I tempuh sangat menentukan jumlah pendapatan yang didapatkan.					
Menurut saudara/I dengan adanya pengembangan objek wisata Masjid Raya baiturrahman jumlah pendapatan Masyarakat meningkat					
Menurut saudara/I ,dengan jumlah pendapatan yang meningkat maka masyarakat dapat memenuhi hidup sehari-hari					

## Lampiran 2. Data Jawaban Responden

No.	Lokasi (X <sub>1</sub> )			Promosi Pariwisata (X <sub>2</sub> )		
	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3
1	2	3	3	4	4	3
2	5	5	4	4	5	4
3	5	5	5	2	5	3
4	5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	4	4	4
6	4	3	3	1	4	4
7	4	5	5	4	5	4
8	5	5	4	3	5	5
9	5	5	5	4	5	5
10	4	4	4	4	4	4
11	3	3	3	3	3	3
12	4	5	5	4	4	4
13	3	4	4	4	4	3
14	5	5	3	3	3	4
15	4	4	5	3	5	4
16	5	5	5	4	5	3
17	4	4	3	5	4	1
18	4	4	4	4	4	4
19	5	3	1	1	3	4
20	5	5	4	4	4	4
21	5	5	5	4	5	5
22	5	5	3	3	2	3
23	5	5	5	5	5	5
24	4	5	5	3	5	5
25	1	1	1	1	1	1
26	4	5	5	5	5	5
27	2	2	2	2	2	2
28	5	4	4	2	4	4
29	4	4	4	4	4	4
30	4	5	5	4	5	4



*Lanjutan*

No.	Lokasi (X <sub>1</sub> )			Promosi Pariwisata (X <sub>2</sub> )		
	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3
31	5	3	3	3	4	3
32	3	4	4	3	5	4
33	4	4	4	4	4	4
34	2	2	2	2	2	2
35	1	1	1	2	1	2
36	4	3	4	4	5	4
37	5	5	5	4	5	4
38	3	2	4	3	4	5
39	5	5	5	4	5	4
40	5	5	5	5	5	5
41	3	2	3	3	2	4
42	5	5	5	5	5	2
43	5	5	5	1	5	4
44	4	4	4	4	5	4
45	5	5	5	4	5	4
46	4	4	3	2	3	3
47	1	1	1	1	1	2
48	4	5	4	4	4	4
49	4	4	4	2	4	3
50	5	5	5	4	5	4
51	3	4	4	4	5	3
52	2	2	1	4	2	2
53	4	4	4	3	4	4
54	5	5	4	4	5	5
55	1	2	2	2	2	2
56	2	2	2	2	2	2
57	1	1	1	2	1	2
58	5	5	5	5	5	5
59	2	1	1	3	1	3
60	5	5	5	2	5	5

Lanjutan

No.	Lokasi (X <sub>1</sub> )			Promosi Pariwisata (X <sub>2</sub> )		
	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3
61	5	5	5	2	5	5
62	5	5	5	4	5	4
63	5	5	3	3	4	5
64	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	1	5	5
66	5	5	3	3	5	4
67	5	5	5	4	4	3
68	5	5	4	3	5	4
69	4	5	2	4	5	4
70	5	4	4	3	5	5
71	3	5	5	4	4	4
72	5	5	5	4	5	4
73	4	5	5	4	4	4
74	4	4	4	2	5	4
75	2	1	1	3	1	2
76	1	5	5	5	5	5
77	5	5	5	3	5	3
78	2	2	2	4	3	4
79	5	5	5	4	5	4
80	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5
82	4	5	5	1	5	3
83	5	5	5	1	5	5
84	1	1	1	1	1	1
85	3	5	4	4	5	5
86	2	4	4	4	2	3
87	5	5	5	4	5	5
88	2	2	2	2	2	3
89	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	1	5	5

Lanjutan

No.	Lokasi (X <sub>1</sub> )			Promosi Pariwisata (X <sub>2</sub> )		
	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3
91	1	1	1	2	1	2
92	5	5	5	3	5	4
93	5	5	5	4	5	4
94	1	1	1	1	1	1
95	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	2	2	4
97	5	5	4	2	5	4
98	4	4	4	3	4	4
99	5	5	5	4	5	5
100	3	4	3	4	5	2

No.	Aksesibilitas (X <sub>3</sub> )				Sarana dan Prasarana (X <sub>4</sub> )			
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
1	1	3	2	5	5	1	5	5
2	5	5	3	5	5	5	5	5
3	5	4	5	5	4	3	4	5
4	5	5	5	5	5	5	5	4
5	3	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	3	4	4	4	3	1
7	4	3	3	4	4	5	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	4	5	5	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	3
11	3	3	3	3	3	4	4	2
12	5	5	4	4	4	4	4	4
13	4	5	5	4	5	5	4	3
14	4	4	3	3	3	4	3	3
15	4	4	3	5	4	4	4	4
16	4	4	2	4	2	3	3	3

Lanjutan

No.	Aksesibilitas (X <sub>3</sub> )				Sarana dan Prasarana (X <sub>4</sub> )			
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
17	4	3	3	4	4	4	4	4
18	4	4	5	4	4	4	4	4
19	4	1	3	3	3	4	1	4
20	4	4	5	5	4	5	5	5
21	5	5	3	5	5	4	4	4
22	5	3	4	3	3	4	4	3
23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	3	5	5	5	5	5	5	3
25	2	1	1	1	1	3	2	2
26	5	5	5	5	5	3	3	5
27	2	2	2	2	2	2	2	3
28	4	4	2	4	4	4	4	3
29	4	4	4	4	4	4	4	4
30	5	4	5	4	4	4	4	4
31	5	3	3	3	3	3	3	3
32	2	5	1	4	5	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4
34	2	2	2	2	2	2	2	2
35	1	2	1	1	2	1	1	2
36	3	3	4	5	4	5	4	4
37	5	4	4	4	4	4	3	4
38	3	2	3	4	3	2	4	4
39	5	5	5	5	3	5	5	4
40	5	5	1	5	5	5	5	5
41	4	5	4	2	3	4	2	4
42	5	5	5	5	5	5	5	5
43	5	5	4	5	4	4	3	3
44	4	4	4	4	4	4	4	4
45	5	5	5	5	4	5	4	4
46	4	3	3	3	4	3	3	3



Lanjutan

No.	Aksesibilitas (X <sub>3</sub> )				Sarana dan Prasarana (X <sub>4</sub> )			
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
77	4	4	5	5	5	5	4	3
78	2	3	5	4	2	3	3	3
79	5	5	4	4	4	4	3	3
80	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	4	5	5	5	5	5
82	5	5	5	4	4	5	4	3
83	5	5	5	5	4	5	5	3
84	1	1	1	1	1	1	1	1
85	5	5	1	5	4	4	4	4
86	3	2	5	3	4	3	3	4
87	5	5	5	5	4	4	4	4
88	2	1	2	2	2	2	2	2
89	5	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5	3
91	1	1	2	1	2	2	2	2
92	5	5	5	5	4	4	4	3
93	4	3	4	4	4	4	4	4
94	1	1	1	1	1	1	2	1
95	5	5	5	5	4	5	5	4
96	5	4	4	4	4	4	4	4
97	5	4	4	5	3	4	4	3
98	4	4	4	4	4	4	4	4
99	5	5	5	5	5	5	5	4
100	2	4	5	2	5	2	4	3









Lanjutan

No.	Akomodasi ( $X_5$ )			Pendapatan UMKM (Y)						
	X5.1	X5.2	X5.3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7
90	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
91	1	1	1	4	2	2	2	2	2	2
92	3	3	3	2	4	4	5	4	4	2
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
95	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5
96	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
98	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	3	2	4	5	4	3	2	4	4	2



### Lampiran 3. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

#### 1. Uji Validitas

Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.840**	.743**	.917**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.840**	1	.878**	.966**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.743**	.878**	1	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.917**	.966**	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.459**	.356**	.738**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.459**	1	.707**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.356**	.707**	1	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.738**	.892**	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

Lanjutan

Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total_X3
X3. 1	Pearson Correlation	1	.764**	.610**	.802**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3. 2	Pearson Correlation	.764**	1	.604**	.784**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3. 3	Pearson Correlation	.610**	.604**	1	.643**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3. 4	Pearson Correlation	.802**	.784**	.643**	1	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	.901**	.891**	.815**	.916**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total_X4
X4. 1	Pearson Correlation	1	.687**	.782**	.618**	.899**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4. 2	Pearson Correlation	.687**	1	.722**	.489**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

*Lanjutan*

<b>Correlations</b>						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total_X4
X4. 3	Pearson Correlation	.782**	.722**	1	.618**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4. 4	Pearson Correlation	.618**	.489**	.618**	1	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Tota l_X 4	Pearson Correlation	.899**	.843**	.908**	.790**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						



Lanjutan

Correlations					
		X5.1	X5.2	X5.3	Total_X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.735**	.809**	.924**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.735**	1	.751**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.809**	.751**	1	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total_X5	Pearson Correlation	.924**	.901**	.930**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations									
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.600*	.463**	.461*	.562*	.566*	.446*	.688**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.600*	1	.784**	.715*	.760*	.795*	.681*	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.463*	.784*	1	.817*	.767*	.798*	.800*	.900**

## Lanjutan

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y. 4	Pearson Correlation	.461*	.715*	.817**	1	.745*	.852*	.745*	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y. 5	Pearson Correlation	.562*	.760*	.767**	.745*	1	.763*	.709*	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y. 6	Pearson Correlation	.566*	.795*	.798**	.852*	.763*	1	.793*	.923**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y. 7	Pearson Correlation	.446*	.681*	.800**	.745*	.709*	.793*	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
T ot al - Y	Pearson Correlation	.688*	.886*	.900**	.883*	.880*	.923*	.859*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lanjutan

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.446*	.681*	.800**	.745*	.709*	.793*	1	.859**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.688*	.886*	.900**	.883*	.880*	.923*	.859*	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 2. Uji Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.932	3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.754	3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.903	4

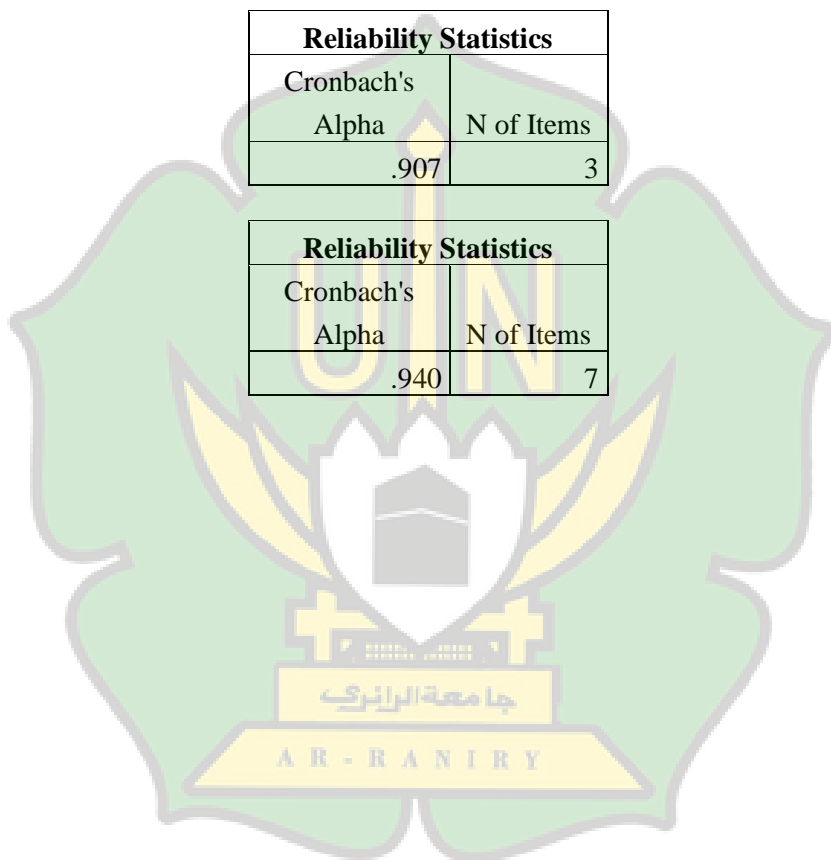


*Lanjutan*

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.883	4

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.907	3

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.940	7



## Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.64226172
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.068
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.043 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		.367
Point Probability		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

## 2. Uji Multikolenearitas

		Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients					
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.258	1.143		.225	.822			
	Lokasi	-.018	.192	-.010	-.094	.925	.140	7.129	
	Promosi Pariwisata	.598	.191	.257	3.125	.002	.226	4.424	
	Aksesibilitas	.119	.177	.080	.673	.503	.109	9.184	
	Sarana dan Prasarana	.436	.194	.235	2.252	.027	.140	7.122	
	Akomodasi	.976	.160	.435	6.088	.000	.299	3.342	

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

### 3. Uji Heteroskedasitas

Correlations								
			Lokasi	Promosi Pariwisata	Aksebitas	Sarana dan Prasarana	Akomodasi	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Lokasi	Correlation Coefficient	1.000	.670**	.813**	.697**	.526**	-.041
		Sig. (2- tailed)	.	.000	.000	.000	.000	.686
		N	100	100	100	100	100	100
	Promosi Pariwisata	Correlation Coefficient	.670**	1.000	.707**	.731**	.662**	.017
		Sig. (2- tailed)	.000	.	.000	.000	.000	.869
		N	100	100	100	100	100	100
	Aksesibilitas	Correlation Coefficient	.813**	.707**	1.000	.780**	.591**	.012
		Sig. (2- tailed)	.000	.000	.	.000	.000	.909
		N	100	100	100	100	100	100
	Sarana dan Prasarana	Correlation Coefficient	.697**	.731**	.780**	1.000	.771**	.011
		Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.	.000	.914
		N	100	100	100	100	100	100
	Akomodasi	Correlation Coefficient	.526**	.662**	.591**	.771**	1.000	.049
		Sig. (2- tailed)	.000	.000	.000	.000	.	.629

		N	100	100	100	100	100	100
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient		-.041	.017	.012	.011	.049	1.000
	Sig. (2-tailed)		.686	.869	.909	.914	.629	.
	N		100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Lampiran 5. Uji Hipotesis

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.258	1.143		.225	.822		
	Lokasi	-.018	.192	-.010	-.094	.925	.140	7.129
	Promosi Pariwisata	.598	.191	.257	3.125	.002	.226	4.424
	Aksesibilitas	.119	.177	.080	.673	.503	.109	9.184
	Sarana dan Prasarana	.436	.194	.235	2.252	.027	.140	7.122
	Akomodasi	.976	.160	.435	6.088	.000	.299	3.342

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Lanjutan

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.925 <sup>a</sup>	.856	.849	2.712
a. Predictors: (Constant), Akomodasi, Lokasi, Promosi Pariwisata, Sarana dan Prasarana, Akseibilitas				
b. Dependent Variable: Pendapatan UMKM				

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4124.217	5	824.843	112.179	.000 <sup>b</sup>
	Residual	691.173	94	7.353		
	Total	4815.390	99			
a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM						
b. Predictors: (Constant), Akomodasi, Lokasi, Promosi Pariwisata, Sarana dan Prasarana, Akseibilitas						

**Lampiran 6. Dokumentasi Penelitian**

