

ENGARUH MUSLIM-FRIENDLY TOURISM TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI DI KAWASAN PANTJORAN PIK

Selin Dion¹, Yudhiet Fajar Dewantara²

^{1,2} Universitas Bunda Mulia

Alamat e-mail : s19220009@student.ubm.ac.id¹,
ydwantara@bundamulia.ac.id²

ABSTRACT

The halal tourism sector continues to grow in line with the increasing number of Muslim tourists globally. Pantjoran PIK is a culinary tourism destination themed around Chinese culture, located in North Jakarta. Although the area has developed into one of Jakarta's popular tourism icons, the dominance of non-halal cuisine that has yet to be balanced with a comprehensive halal information system and labeling still raises concerns among Muslim tourists regarding the halalness of products and the fulfillment of their religious needs while traveling. This study aims to determine the effect of Muslim-friendly Tourism on the Revisit Intention of Muslim tourists at Pantjoran PIK. The study employs a quantitative approach with data collected through questionnaires distributed to 100 Muslim tourist respondents. The sampling technique used was purposive sampling with the Slovin formula, and data analysis was conducted using IBM SPSS Statistics 25. The results indicate that the Muslim-friendly Tourism variable, which encompasses Physical Attributes and Non-Physical Attributes, have positive and significant effect on Revisit Intention at Pantjoran PIK. This is evidenced by a t-value of 19.157 > t-table of 1.984 and a coefficient of determination of 78.9%, which means that 78.9% of the variation in revisit intention can be explained by Muslim-friendly Tourism. The conclusion of this study indicates that a well-implemented Muslim-friendly Tourism concept creates a sense of safety, comfort, and satisfaction for Muslim tourists, thereby fostering loyalty and the desire to return. The management of Pantjoran PIK is advised to maintain and improve the quality of prayer facilities, clarify halal zoning and labeling, and strengthen an inclusive atmosphere for Muslim tourists in order to further increase revisit intention.

Keywords: *Muslim-Friendly Tourism, Revisit Intention, Muslim Tourists, Pantjoran PIK.*

ABSTRAK

Sektor pariwisata halal terus mengalami pertumbuhan seiring meningkatnya jumlah wisatawan Muslim secara global. Pantjoran PIK merupakan destinasi wisata kuliner bertema budaya Tionghoa yang berlokasi di Jakarta Utara. Meskipun kawasan ini telah berkembang menjadi salah satu ikon wisata populer di Jakarta, dominasi kuliner non-halal yang belum diimbangi dengan sistem informasi dan pelabelan halal yang menyeluruh masih menimbulkan keraguan bagi

wisatawan Muslim terkait kehalalan produk serta pemenuhan kebutuhan keagamaan mereka selama berwisata. Penelitian ini memiliki tujuan guna mengetahui pengaruh *Muslim-friendly Tourism* terhadap Minat Berkunjung Kembali wisatawan Muslim di kawasan Pantjoran PIK. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan wisatawan Muslim. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan rumus Slovin dengan analisis data yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Muslim-friendly Tourism* yang meliputi *Physical Attributes* dan *Non-Physical Attributes* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali di kawasan Pantjoran PIK. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} 19,157 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai koefisien determinasi sebesar 78,9%, yang berarti 78,9% variasi minat berkunjung kembali dapat dijelaskan oleh *Muslim-friendly Tourism*. Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa konsep *Muslim-friendly Tourism* yang baik menciptakan rasa aman, nyaman, dan kepuasan bagi wisatawan Muslim, sehingga mendorong loyalitas dan keinginan untuk kembali berkunjung. Pengelola Pantjoran PIK disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas fasilitas ibadah, memperjelas zonasi dan pelabelan halal, serta memperkuat suasana yang inklusif bagi wisatawan Muslim guna meningkatkan minat kunjungan ulang yang lebih tinggi.

Kata Kunci: *Muslim-Friendly Tourism*, Minat Berkunjung Kembali, Wisatawan Muslim, Pantjoran PIK.

A. Pendahuluan

Sektor pariwisata berperan sebagai sektor yang strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di dalam suatu negara. Aktivitas pariwisata bukan hanya berperan dalam meningkatkan pendapatan daerah, tetapi juga berkontribusi pada peluang kerja, memperluas kegiatan ekonomi masyarakat, serta mendorong berkembangnya sektor pendukung seperti transportasi, kuliner, dan jasa layanan lainnya. Berkembangnya industri pariwisata juga memunculkan berbagai segmentasi pasar wisata yang lebih spesifik, salah satunya adalah pariwisata halal yang dirancang untuk

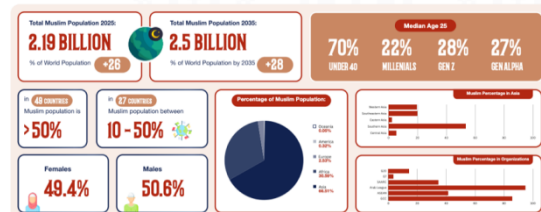
memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim (Pramadika et al., 2025).

Pada tahun 2025, diketahui bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami pertumbuhan +12.32% dimana hal ini menunjukkan kunjungan mencapai 14.85 juta jiwa. Kondisi ini memperlihatkan peran pariwisata Indonesia sebagai salah satu penggerak perekonomian. Beberapa program unggulan diterapkan untuk dapat menarik perhatian masyarakat pada kunjungan wisata (Karolina, 2025). Dari data yang diperoleh, diketahui bahwa wisatawan internasional mencapai 1.52 miliar pada tahun 2025. Kondisi ini memperlihatkan minat yang

ditunjukkan dari wisatawan pada industri pariwisata (Siregar, 2026). Tingginya tingkat kunjungan menandakan wisatawan yang tertarik untuk melakukan kunjungan kembali. Rasa ketertarikan untuk mengunjungi kembali tercipta karena adanya rasa puas dari pengalaman berkunjung sebelumnya (Wahyuni., 2025). *Revisit intention* merepresentasikan indikator utama loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi. (Handayani et al., 2025) menjelaskan niat yang dimiliki wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan pengalaman wisatawan selama berada di destinasi, termasuk persepsi terhadap kualitas layanan, citra destinasi, serta pengalaman yang diperoleh selama kegiatan wisata berlangsung. *Revisit intention* mencerminkan tingkat kepuasan dan loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi, sehingga menjadi aspek yang penting dalam pengembangan strategi pemasaran destinasi wisata.

Ketika pelanggan tertarik untuk memperlihatkan minat berkunjung kembali, maka kondisi ini akan memperlihatkan bahwa tempat wisata menarik untuk dikunjungi. Hadirnya minat berkunjung kembali mengartikan bahwa wisatawan merasakan kepuasan selama mengunjungi tempat wisata. Rasa puas ini tercipta dari lingkungan sekitar, pelayanan yang diberikan dan aksesibilitas yang mudah (Ardiasa & Sucantra., 2025). Pada perkembangan pariwisata global, terdapat adanya perhatian pada wisatawan Muslim. Dalam hal ini,

begitu banyak wisatawan Muslim yang memperoleh pengalaman berbeda. Munculnya tren perhatian pada kebutuhan masyarakat Muslim menjadi pertimbangan industri pariwisata agar dapat menawarkan layanan yang sesuai untuk wisatawan Muslim. Beberapa wisatawan luar yang beragama Islam kerap menargetkan negara Muslim sehingga dapat memperoleh pengalaman Islamic selama mengunjungi tempat wisata (Ahmad et al., 2025).



Gambar 1 Populasi Muslim Global 2025

Sumber: (Bank Indonesia, 2025)

Data diatas merupakan jumlah populasi Muslim secara global dimana terlihat angka yang cukup tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perlu adanya wisata Muslim-Friendly yang diterapkan sebagai bentuk memberikan kenyamanan bagi wisatawan Muslim yang sedang berkunjung. Dari pandangan tersebut, terlihat bahwa Muslim-Friendly Tourism yang diterapkan pada pariwisata akan membawa dampak yang besar bagi kunjungan wisatawan.

Menurut (Iskandar, 2022), Indonesia dikenal sebagai bangsa dengan suku yang sangat beragam, adat istiadat dan budaya yang melimpah. Indonesia, yang

merupakan negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, berpotensi untuk mendukung program Muslim-Friendly Tourism agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Jumlah penduduk Muslim di Indonesia telah mencapai 232.5 juta, dimana angka tersebut memiliki peluang untuk memperoleh wisatawan untuk industri halal (Santoso et al., 2021). Menurut (Nirwani et al., 2024), Muslim-Friendly Tourism sedang menjadi banyak perbincangan, terutama dengan adanya kesadaran pada penerapan prinsip ajaran Islam dalam kehidupan.

Kota Jakarta menempati posisi sebagai salah satu kota bisnis terbesar di Indonesia, terutama dengan tingginya populasi wisatawan Muslim (Athallah et al., 2023). Hal ini dikarenakan Jakarta adalah ibu kota Indonesia yang menawarkan beragam tempat wisata dengan menghadirkan tempat kuliner. Selain itu, nilai sejarah dan kultural yang dimiliki kota Jakarta dapat turut mendukung pengembangan ibu kota yang mandiri (Krisnadi et al., 2025). Namun, terdapat beberapa tantangan dalam pengembangan Muslim-Friendly Tourism di Jakarta, yaitu dari infrastruktur yang kurang memadai, pemahaman konsep halal yang kurang, kebijakan pemerintah yang tidak terintegrasi, promosi dan pemasaran yang kurang serta adanya persepsi sosial (Untari, 2024). Tantangan tersebut ditemukan pada kawasan Pantai Indah Kapuk (PIK), lebih tepatnya di Pantjoran PIK yang merupakan salah satu destinasi

wisata menarik dengan arsitektur khas Tiongkok.

Namun meskipun Pantjoran PIK telah bertransformasi menjadi ikon wisata kuliner dan budaya yang sangat populer di Jakarta, kawasan ini masih menghadapi beberapa tantangan dalam pemenuhan indikator Muslim-friendly tourism. Kesenjangan utama terletak pada dominasi budaya dan kuliner non-halal yang belum diimbangi dengan sistem informasi serta pelabelan halal yang menyeluruh, sehingga menimbulkan keraguan bagi wisatawan Muslim terkait aspek kehalalan produk dan risiko kontaminasi silang (Sofiani et al., 2025). Selain itu, keterbatasan infrastruktur pendukung seperti fasilitas ibadah (musholla) yang representatif dan mudah diakses di tengah padatnya arus pengunjung menjadi hambatan signifikan yang dapat memengaruhi kenyamanan serta loyalitas wisatawan (Tsabita, 2024a).

Dari hasil temuan pada penelitian terdahulu, diketahui bahwa restoran yang terdapat pada wilayah PIK menyajikan produk berupa makanan dan minuman yang tidak sepenuhnya memenuhi standard halal. Beberapa restoran juga tidak memiliki sertifikasi halal mengingat permintaan wisatawan Muslim cukup tinggi (Tsabita, 2024a). Menurut (Cantika & Djunaid, 2023), Pantjoran PIK menarik wisatawan domestik dan mancanegara dengan adanya kuliner halal dan non-halal. Namun, konsep pariwisata halal masih jarang diketahui oleh wisatawan. Melihat

urgensi tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan kajian yang lebih mendalam pada objek yaitu Pantjoran PIK dengan melihat Muslim-Friendly Tourism yang dapat membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi tempat wisata kembali.

Kesenjangan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu yang jarang meneliti mengenai pengaruh Muslim-Friendly Tourism terhadap minat berkunjung kembali. Penelitian (Nurromadhona et al., 2025a) menganalisis variabel daya tarik wisata, fasilitas serta implementasi syariah terhadap revisit intention. Namun, tidak menganalisis konsep Muslim-Friendly Tourism. (Fathoni et al., 2025) melakukan penelitian pada perilaku dan fasilitas Islamic terhadap Muslim-Friendly Tourism dengan brand trust sebagai mediasi. Kedua penelitian tersebut memperlihatkan hasil yang signifikan namun tidak diteliti antara *Muslim-Friendly Tourism* terhadap minat berkunjung kembali.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatif untuk menguji pengaruh Muslim-Friendly Tourism terhadap minat berkunjung kembali wisatawan di Kawasan Pantjoran PIK, Jakarta Utara. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan mengukur hubungan serta pengaruh antarvariabel secara objektif melalui data numerik yang dianalisis menggunakan teknik statistik.

Partisipan dalam penelitian ini adalah wisatawan Muslim yang pernah berkunjung ke Kawasan Pantjoran PIK. Populasi penelitian mencakup seluruh wisatawan Muslim yang pernah mengunjungi kawasan tersebut, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Kriteria responden yang ditetapkan meliputi beragama Islam, pernah berkunjung ke Pantjoran PIK minimal satu kali, berusia minimal 18 tahun, serta bersedia mengisi kuesioner penelitian. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden untuk memperoleh data yang representatif dan memenuhi kebutuhan analisis statistik.

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator variabel Muslim-Friendly Tourism dan minat berkunjung kembali. Pengukuran setiap indikator menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Variabel Muslim-Friendly Tourism diukur melalui dimensi physical attributes dan non-physical attributes yang mencakup fasilitas ibadah, ketersediaan makanan halal, tempat wudu, lingkungan bebas alkohol dan perjudian, suasana ramah keluarga, serta keramahan pelayanan. Sementara itu, variabel minat berkunjung kembali diukur melalui indikator niat untuk melakukan kunjungan ulang dan niat untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, penyebaran kuesioner, dan studi literatur. Observasi dilaksanakan secara langsung di Kawasan Pantjoran PIK untuk mengamati penerapan konsep Muslim-Friendly Tourism, seperti ketersediaan fasilitas ibadah, makanan halal, lingkungan yang ramah Muslim, serta kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan. Kuesioner disebarakan secara langsung maupun melalui media daring kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Selain itu, data sekunder diperoleh melalui kajian berbagai sumber literatur, seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, dan dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian.

Penelitian dilaksanakan di Kawasan Pantjoran PIK, Jakarta Utara, selama empat bulan, yaitu dari Januari hingga April 2026. Tahapan penelitian meliputi penyusunan instrumen penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, hingga analisis dan penyusunan laporan penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics. Tahapan analisis diawali dengan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban. Selanjutnya dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas instrumen penelitian. Sebelum pengujian hipotesis, data diuji melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan

menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh Muslim-Friendly Tourism terhadap minat berkunjung kembali wisatawan. Selain itu, uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi Muslim-Friendly Tourism dalam menjelaskan variasi minat berkunjung kembali wisatawan di Kawasan Pantjoran PIK.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas ialah uji asumsi klasik untuk menguji distribusi residual model regresi menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.30822570
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.073
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.056 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 2 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil olah data peneliti (2026)

Hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* pada *unstandardized residual* membuktikan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,056 dengan nilai tes statistik sebesar 0,088. Uji *Kolmogorov-Smirnov* dalam penelitian ini digunakan untuk memperjelas interpretasi mengenai distribusi data pada uji normalitas yang sebelumnya dapat diamati melalui grafik atau gambar, karena pengujian ini memiliki landasan pengambilan keputusan yang lebih jelas, yaitu nilai taraf signifikansi harus lebih besar dari 0,05 agar data dapat dinyatakan berdistribusi normal. Hasil nilai signifikansi sebesar 0,056 yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas dalam penelitian ini telah terpenuhi.

Uji Korelasi *Pearson*

Correlations			
		Muslim Friendly Tourism	Minat Berkunjung Kembali
Muslim Friendly Tourism	Pearson Correlation	1	.888**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Minat Berkunjung Kembali	Pearson Correlation	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Gambar 3. Hasil Uji Korelasi *Pearson*

Sumber: Hasil olah data peneliti (2026)

Berdasarkan hasil uji korelasi antara variabel *Muslim-friendly Tourism* dan Minat Berkunjung Kembali, diketahui bahwa nilai

signifikansi adalah $0,00 > 0,05$ (taraf signifikan 5%), maka dengan itu, dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan atau korelasi antara *Muslim-friendly Tourism* dan Minat Berkunjung Kembali.

Tabel 1. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Berdasarkan pengujian korelasi *Pearson* yang sudah dilakukan, nilai korelasi sebesar 0,888 dengan arah hubungan positif. Nilai tersebut menunjukkan terdapatnya hubungan yang sangat kuat antara *Muslim-Friendly Tourism* dan minat berkunjung kembali. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi wisatawan terhadap *Muslim-Friendly Tourism*, maka semakin besar pula minat mereka untuk melakukan kunjungan ulang. Sebaliknya, rendahnya persepsi terhadap *Muslim-Friendly Tourism* dapat diikuti oleh penurunan minat berkunjung kembali.

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.014	2.592		.391	.696		
	Muslim Friendly Tourism	.697	.036	.888	19.157	.000	1.000	1.000

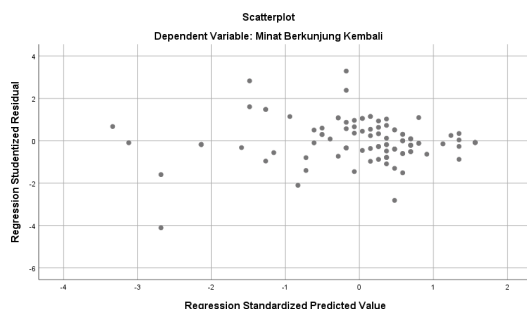
a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Gambar 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber: Hasil olah data peneliti (2026)

Nilai Tolerance sebesar 1,000 dan VIF sebesar 1,000 mengindikasikan bahwa model regresi terbebas dari multikolinearitas, sehingga tidak terdapat ketergantungan yang kuat antarvariabel independen. Dengan kata lain, variabel-variabel tersebut tidak saling memberikan informasi yang sama atau berulang dalam menjelaskan variabel dependen. Hal ini dapat meningkatkan kualitas analisis kuesioner, karena setiap pernyataan memiliki nilai yang unik dan relevan, sehingga memberikan pemahaman yang lebih baik serta kontribusi yang berbeda-beda dalam menganalisis tanggapan responden.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olah data peneliti (2026)

Pola sebaran residual yang acak mengindikasikan tidak terjadinya heteroskedastisitas pada model regresi. Meskipun terdapat beberapa titik *outlier* yang berada di luar rentang ± 2 atau ± 3 , titik-titik tersebut tidak membentuk pola sistematis dan tidak memengaruhi distribusi residual secara keseluruhan. Menurut (Ghozali, 2018), keberadaan *outlier* dalam jumlah terbatas tidak serta-merta melanggar asumsi heteroskedastisitas selama tidak terdapat pola yang jelas pada *scatterplot*. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas pada model regresi telah terpenuhi yang berarti responden dapat memahami masing-masing item pernyataan dengan baik.

Uji Hipotesis Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.014	2.592		.391	.696
	Muslim Friendly Tourism	.697	.036	.888	19.157	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung Kembali

Gambar 6. Hasil Uji T

Sumber: Hasil olah data peneliti (2026)

Berdasarkan pengujian hipotesis yang sudah dilakukan, diketahui nilai signifikansi pengaruh variabel *Muslim-friendly Tourism* terhadap Minat Berkunjung Kembali adalah sebesar 0,000 yang di mana nilai tersebut <0,05 serta nilai t_{hitung}

19,157 > t_{tabel} 1,98422 sehingga didapatkan kesimpulan bahwa H_0 ditolak, artinya *Muslim-friendly Tourism* berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali di kawasan Pantjoran PIK.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.888 ^a	.789	.787	3.32506

a. Predictors: (Constant), Muslim Friendly Tourism

Gambar 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Sumber: Hasil olah data peneliti (2026)

Berdasarkan output pada gambar di atas, diketahui bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,789. Hasil ini mengindikasikan bahwa sebesar 0,789/78,9% variabel dependen (Minat Berkunjung Kembali) dapat dijelaskan oleh variabel independen (*Muslim-friendly Tourism*).

59,99%	
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Koefisien determinasi sebesar 78,9% mengindikasikan pengaruh yang kuat dari Muslim-Friendly Tourism terhadap Minat Berkunjung Kembali. Adapun 21,1% sisanya dijelaskan oleh indikator di luar model.

Tabel 2. Interpretasi Koefisien R Square

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% - 19,99%	Sangat Lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% -	Sedang

Pembahasan

Pengaruh *Muslim-friendly Tourism* terhadap Minat Berkunjung Kembali

Pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa variabel *Muslim-friendly Tourism* mempunyai pengaruh yang signifikan dan bersifat positif terhadap Minat Berkunjung Kembali, di mana peneliti menjabarkan alasan melalui dimensi variabel sebagai berikut.

1. *Physical Attribute*, wisatawan Muslim yang mengunjungi kawasan Pantjoran PIK cenderung memperhatikan ketersediaan fasilitas ibadah yang memadai di kawasan tersebut. Tersedianya mushola atau ruang shalat yang bersih dan layak menjadi salah satu indikator penting yang mendukung kenyamanan wisatawan Muslim dalam beribadah selama berwisata. Fasilitas ibadah berperan sebagai salah satu komponen penting yang memengaruhi minat masyarakat Muslim dalam mengunjungi suatu destinasi wisata ramah Muslim di Indonesia (Rulindo, 2025). Selain layanan ibadah, ketersediaan untuk makanan dan minuman halal di Pantjoran PIK juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan Muslim. Wisata ramah muslim terbukti dapat memengaruhi kenyamanan dan kepuasan wisatawan yang datang ke suatu destinasi dan sekaligus mendorong mereka untuk berkunjung kembali ke destinasi tersebut (Irdiana et al., 2021). Hal ini diperkuat oleh temuan bahwa

atribut Islami suatu destinasi, termasuk ketersediaan fasilitas ibadah dan makanan halal, terbukti berdampak positif kepada kepuasan wisatawan dan niat berkunjung kembali pada destinasi wisata (Permana & Adam, 2024).

2. *Non-Physical Attributes*, dalam konteks *Muslim-Friendly Tourism*, selain atribut fisik, atribut non-fisik berupa lingkungan yang terbebas dari unsur perjudian dan alkohol, serta penerapan etika dan moralitas Islam juga menjadi aspek yang diperhatikan oleh wisatawan muslim. Suasana lingkungan yang memberikan kesan *family friendly* dan kondusif memberikan rasa aman secara spiritual bagi wisatawan Muslim selama berwisata. Seluruh layanan wisata ramah Muslim wajib mematuhi prinsip-prinsip syariah Islam, khususnya dalam hal-hal mendasar seperti larangan perjudian, pakaian yang tidak sopan di tempat umum, serta penyediaan makanan dan minuman yang bebas dari unsur haram, termasuk alkohol (Pasarela et al., 2022). Selain itu, moralitas Islam menjadi indikator yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan Muslim juga mengutamakan nilai-nilai religius dan moral yang diterapkan di destinasi wisata dibandingkan hanya sekadar fasilitas fisik semata (Alam et al., 2024). Dengan demikian, lingkungan Pantjoran PIK yang menjunjung tinggi etika dan

moralitas Islam memberikan pengalaman wisata yang bermakna, sehingga mendorong wisatawan Muslim untuk berkunjung kembali.

D. Kesimpulan

Muslim-friendly Tourism (X) yang terdiri dari dimensi Physical Attributes dan Non-Physical Attributes mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung Kembali (Y) di kawasan Pantjoran PIK yang memperoleh nilai thitung > ttabel, yaitu $19,157 > 1,98422$ dan nilai koefisien determinasi sebesar 78,9%. Sehingga Muslim-friendly Tourism menjadi determinan minat berkunjung kembali melalui fasilitas dan layanan yang meningkatkan kenyamanan serta kepuasan wisatawan Muslim.

Pemenuhan kebutuhan wisatawan Muslim melalui layanan halal, fasilitas ibadah, dan pelayanan yang sesuai nilai Islam dapat meningkatkan minat kunjung ulang wisatawan. Wisatawan Muslim yang seluruh kebutuhan religiusnya terpenuhi dengan baik selama melakukan perjalanan berwisata cenderung akan memperoleh pengalaman wisata yang lebih berkualitas, bermakna dan berkesan, sehingga membentuk loyalitas terhadap destinasi wisata yang dikunjungi.

E. Daftar Pustaka

- Ahmad, A. N., Firdausi, F. S., & Latif, S. A. A. (2025). Muslim-friendly tourism in non-Muslim majority destinations: A review of Bali Island." *Halalsphere* 5.2 (2025): 80-91. *Halalsphere*, 5(2), 80–91. <https://doi.org/10.31436/hs.v5i2.131>
- Ardiasa, I. K., & Sucantra., M. B. (2025). Pengaruh Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Melalui Kepuasan Pengunjung ke Obyek Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 5(2), 466–480.
- Athallah, M., Sukarno, K., & Sarudin, R. (2023). Analysis of the Effect of Implementing Muslim-Friendly Tourism on the Image of Petak Enam Destination, West Jakarta. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1952–1962.
- Cantika, P., & Djunaid, I. S. (2023). Pengaruh Daya Tarik terhadap Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Pengunjung. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 9278–9286. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.3164>
- Iskandar, H. (2022). Peran Koko Cici Jakarta dalam Promosi Destinasi Budaya Tionghoa Studi Kasus Petak 9 Jakarta. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 144–151. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JMPP/article/view/50015>
- Krisnadi, A. R., Rahmanita, M., Nurbaeti, & Wulan, S. (2025). Sustainable Development Strategy for the Museum Prasasti in the Special Capital Region of Jakarta , Indonesia. *International Journal of Research and Review*, 12(June), 588–597.

- Nirwani, A., Kusumah, A. H. G., & Yudha, E. S. (2024). Muslim-Friendly Tourism attributes: A summary of studies from 2014 to 2024. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(2), 243–260. <https://doi.org/10.17509/jithor.v7i2.75953>
- Pramadika, T., Daffa, M., Prabowo, P. A., & Rahmafitria, F. (2025). Efektivitas Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Tentang Pariwisata Halal: Studi Pemahaman Masyarakat Dan Pelaku Usaha. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 5(1), 60-79.
- Siregar, S. (2026). Pariwisata Global Pecahkan Rekor pada 2025, Tercatat 1,52 Miliar Turis Bepergian.
- Sofiani, Ritonga, R. M., Bayah, W. N., Nadiyah, D., Jeferson, F., & Wijaya, Y. (2025). Analisis Pengaruh Tantangan dan Peluang Halal Tourism terhadap Keputusan Berkunjung Kembali di Industri Kuliner Indonesia. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(10), 11604–11609.
- Tsabita, A. (2024a). Potensi Pengembangan Bisnis Kuliner Halal: Studi Kasus Wilayah Pantai Indah Kapuk: Studi Kasusnya Pantai Indah Kapuk (PIK). *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ.*, 5(2).
- Untari, D. T. (2024). Tantangan Wisata Halal di Jakarta: Peluang dan Kendala dalam Mewujudkan Pariwisata Ramah Muslim. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 2(3), 130–136. <https://doi.org/10.38035/jkis.v2i3.1475>
- Wahyuni, A. (2025). *Pengaruh Memorable Experience, Emotional Experience, Dan Place Attachment Terhadap Keputusan Berkunjung Kembali Rio By The Beach Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Rio By The Beach Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).