

TUGAS AKHIR

**STUDI KASUS UPAYA UNIT SERVICES DALAM
PENINGKATAN KESADARAN GEN Z TERHADAP POTENSI
MUSLIM-FRIENDLY TOURISM DI BANDAR UDARA I GUSTI
NGURAH RAI**



POLITEKNIK NEGERI BALI

OLEH

IZUL LUTFIA RUSDINATA

NIM 2215813034

PROGRAM STUDI DIII USAHA PERJALANAN WISATA

JURUSAN PARIWISATA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **Studi Kasus Upaya Unit *Services* Untuk Meningkatkan Kesadaran Gen Z terhadap Potensi *Muslim-friendly Tourism* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai** ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Tugas akhir ini dibuat dengan mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan oleh Unit *Services* dalam meningkatkan kesadaran Gen Z di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai.

Dalam proses penulisan tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh hambatan dan kesulitan tetapi berkat bimbingan serta motivasi dari berbagai pihak, hambatan dan kesulitan tersebut dapat diatasi. Untuk itu melalui kesempatan yang baik ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. I Nyoman Abdi, SE, M.eCom. selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
2. Dr. Ni Nyoman Sri Astuti, SST.Par., M.Par. selaku Ketua Jurusan Pariwisata yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Jurusan Pariwisata.
3. Putu Tika Virginiya, S.Pd., M.Pd. selaku Sekertaris Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di Jurusan Pariwisata.

4. Dra. Cokorda Istri Sri Widhari, M.M. selaku Kaprodi DIII Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali sekaligus Pembimbing II penulis yang telah memberikan bimbingan dan motivasi di dalam penulisan tugas akhir ini
5. I.G.P. Fajar Pranadi Sudhana, S.Kom., M. T. selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan dan motivasi di dalam penulisan tugas akhir ini.
6. PT. Golden Rama Express, Pacto Destination Management, Bali Cafe 21, Big Garden Corner, Kawasan Destinasi Wisata Pantai Pandawa, Kawasan Destinasi Wisata Pantai Melasti, Dinas Pariwisata Daerah Provinsi Bali, Dinas Pariwisata Daerah Kabupaten Badung, dan Dinas Pariwisata Daerah Kota Denpasar selaku *Unit Services* yang telah memberikan izin kepada penulis untuk memperoleh informasi untuk mendukung penulisan tugas akhir ini.
7. Seluruh Tim PKM-RSH SegEmas Bali, Diah Kusuma Negara, Aqilla Felicia, Muhammad Dhafin dan Bapak Muhamad Nova yang telah memberikan masukan, dan informasi kepada penulis untuk penulisan dan menyempurnakan tugas akhir ini.
8. Bapak Farid Rusdinata dan Ibu Suciati, selaku kedua orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, motivasi dan doanya selama penulisan tugas akhir ini.
9. Teman-teman di Jurusan Pariwisata yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan semangat, dukungan moral, dan motivasi dalam penulisan tugas akhir ini.

10. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri Izul Lutfia Rusdinata terimakasih telah berusaha sampai di titik ini, walau seringkali belum berhasil. Terimakasih sudah mengusahakan hingga tugas akhir ini selesai.

Penulis menyadari tugas akhir ini masih belum sempurna. Hal itu tidak terlepas dari keterbatasan penulis sebagai manusia biasa yang tidak luput dari ketidaksempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik dari pembaca sangat diharapkan guna menyempurnakan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca baik dari lingkungan Politeknik Negeri Bali maupun dari luar lingkungan Politeknik Negeri Bali.

Badung, 9 Maret 2025

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'I' followed by a large loop and a horizontal stroke.

Izul Lutfia Rusdinata

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR ORISINALITAS TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penulisan Tugas Akhir	7
1.4 Kegunaan Penulisan Laporan Tugas Akhir.....	7
1.5 Metode Penulisan Tugas Akhir	8
1.5.1 Metode dan Teknik Pengumpulan data.....	8
1.5.2 Metode dan Teknik Analisis Data.....	9
1.5.3 Metode dan Teknik Penyajian Hasil Analisis Data.....	9

BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Upaya	11
2.2 Lintas Generasi	12
2.3 Muslim- <i>friendly Tourism</i>	15
2.4 Unit <i>Services</i>	20
2.5 Bandara (Bandar Udara).....	22
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	25
3.1 Profil Perusahaan	25
3.2 Sejarah Perusahaan	26
3.3 Struktur Organisasi Perusahaan	33
3.4 Kegiatan Usaha Perusahaan.....	35
BAB IV PEMBAHASAN	39
4.1 Upaya Unit <i>Services</i> dalam meningkatkan kesadaran gen z terhadap potensi muslim- <i>friendly tourism</i> di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai.....	39
4.1.1 Pemberian informasi tempat ibadah di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai	39
4.1.2 Pemberian informasi Vendor makanan dan minuman halal.....	43
4.1.3 Pengantaran Penumpang Menuju Lokasi Mushola/Vendor Makanan Halal	45
BAB V PENUTUP	48

5. 1 Simpulan.....	48
5.1.1 Upaya Unit <i>Services</i> dalam meningkatkan kesadaran Gen Z terhadap potensi muslim- <i>friendly tourism</i> di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai.....	48
5.2 Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Indeks Kota Toleran tahun 2022 oleh SETARA <i>Institute</i>	2
Tabel 1. 2 Indeks Kota Toleran tahun 2023 oleh SETARA <i>Institute</i>	3

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo PT. Jasa Angkasa Semesta	25
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi PT. Jasa Angkasa Semesta.....	33
Gambar 4. 1 Musholla	40
Gambar 4. 2 <i>Sign</i> Musholla	41
Gambar 4. 3 Alat sholat di musholla Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai	42
Gambar 4. 4 Bakso A Fung Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai dengan logo halal	44
Gambar 4. 5 Restoran berlogo halal di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai	44

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pulau Bali merupakan salah satu destinasi wisata dunia yang menjadi prioritas wisata alam dan wisata budaya. Wisata alam merujuk pada pengalaman wisata yang melibatkan interaksi dengan keindahan alam, seperti pantai, pegunungan, air terjun, danau, dan hamparan persawahan yang ada di pulau ini. Di sisi lain, dengan mayoritas penduduk di Bali beragama Hindu, kekentalan budaya dan keagamaan umat hindu berkontribusi besar terhadap kehidupan wisata budaya yang ada di pulau Bali. Penggabungan wisata alam dan budaya di Bali memberikan pengalaman yang kaya dan mendalam bagi para wisatawan, memungkinkan mereka untuk terhubung dengan alam, sekaligus memahami dan menghargai keberagaman budaya yang ada di pulau ini (Saifudin , dkk., 2023). Kawasan pariwisata yang disebut dengan Segitiga Emas Bali yaitu Sanur, Kuta dan Nusa Dua merupakan kawasan yang menghasilkan perekonomian tertinggi serta memiliki daya tarik alam dan budaya menurut (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, 2015).

Tabel 1. 1 Indeks Kota Toleran tahun 2022 oleh SETARA *Institute*

No	KOTA	Regulasi Pemerintah				Regulasi Sosial				Tindakan Pemerintah				Demografi Agama				SKOR AKHIR
		IND 1	10%	IND 2	20%	IND 3	20%	IND 4	10%	IND 5	10%	IND 6	15%	IND 7	5%	IND 8	10%	
		30%				30%				25%				15%				
1	Singkarawang	6,33	0,633	7,00	1,400	7,00	1,400	6,00	0,600	6,00	0,600	7,00	1,050	6,00	0,300	6,00	0,600	6,583
2	Salatiga	6,17	0,617	7,00	1,400	7,00	1,400	6,00	0,600	6,00	0,600	6,00	0,900	6,00	0,300	6,00	0,600	6,417
3	Bekasi	5,00	0,500	6,40	1,280	7,00	1,400	5,00	0,500	6,00	0,600	7,00	1,050	5,00	0,250	5,00	0,500	6,080
4	Surakarta	5,83	0,583	7,00	1,400	7,00	1,400	5,00	0,500	5,00	0,500	5,00	0,750	5,00	0,250	5,00	0,500	5,883
5	Kediri	4,50	0,450	6,50	1,300	6,50	1,300	6,00	0,600	6,00	0,600	5,00	0,750	5,00	0,250	6,00	0,600	5,850
6	Sukabumi	5,00	0,500	6,80	1,360	7,00	1,400	5,00	0,500	5,00	0,500	6,00	0,900	3,00	0,150	5,00	0,500	5,810
7	Semarang	4,83	0,483	7,00	1,400	7,00	1,400	5,00	0,500	5,00	0,500	5,00	0,750	5,00	0,250	5,00	0,500	5,783
8	Manado	4,67	0,467	7,00	1,400	7,00	1,400	5,00	0,500	5,00	0,500	5,00	0,750	5,00	0,250	5,00	0,500	5,767
9	Kupang	5,67	0,567	6,85	1,370	7,00	1,400	5,00	0,500	5,00	0,500	5,00	0,750	4,00	0,200	4,00	0,400	5,687
10	Magelang	6,00	0,600	6,35	1,270	7,00	1,400	4,00	0,400	4,00	0,400	6,00	0,900	4,00	0,200	5,00	0,500	5,670
11	Ambon	4,00	0,400	7,00	1,400	7,00	1,400	5,00	0,500	4,00	0,400	5,00	0,750	4,00	0,200	5,00	0,500	5,550
12	Denpasar	4,33	0,433	7,00	1,400	7,00	1,400	4,00	0,400	4,00	0,400	5,00	0,750	5,00	0,250	5,00	0,500	5,533
13	Pontianak	4,00	0,400	7,00	1,400	7,00	1,400	4,00	0,400	5,00	0,500	5,00	0,750	4,00	0,200	4,00	0,400	5,450
14	Tomohon	4,50	0,450	7,00	1,400	7,00	1,400	5,00	0,500	4,00	0,400	4,00	0,600	4,00	0,200	5,00	0,500	5,450
15	Batam	4,00	0,400	6,70	1,340	6,50	1,300	5,00	0,500	4,00	0,400	4,00	0,600	6,00	0,300	6,00	0,600	5,440
16	Yogyakarta	4,33	0,433	7,00	1,400	7,00	1,400	4,00	0,400	5,00	0,500	4,00	0,600	4,00	0,200	5,00	0,500	5,433

Sumber : SETARA *Institute*, 2022

Di sisi lain, Bali juga dikenal sebagai pulau yang toleran terhadap ragam budaya dan agama yang hidup di dalamnya. Hal ini dibuktikan oleh hasil studi IKT oleh Setara *Institute* pada tahun 2023 yang menemukan bahwa Kota Denpasar menduduki peringkat ke-26 dari 94 kota dengan tingkat toleransi tinggi yang dikaji dari regulasi pemerintah, regulasi sosial, tindakan pemerintah, dan demografis agama Yosarie, dkk, (2023). Dengan cukup tingginya nilai toleransi di Bali, kesadaran akan keharmonisan antar umat beragama menjadi tugas bersama semua pihak, baik tokoh agama, tokoh adat, pemerintah dan masyarakat menurut Fahham, (2018). Namun, dengan munculnya polemik salah satu kuliner halal bakso afung di Bali oleh seorang *influencer* di Bali pada bulan Juli 2023 lalu, secara tidak langsung, hal ini dapat berpengaruh pada kesan muslim-friendly tourism di Bali, utamanya bagi para Generasi Z. Sehingga mengakibatkan turunnya peringkat kota Denpasar dari Peringkat ke-12 menjadi peringkat ke-26 dari 94 kota di Indonesia untuk indeks kota toleran pada tahun 2023.

Tabel 1. 2 Indeks Kota Toleran tahun 2023 oleh SETARA *Institute*

No	KOTA	Regulasi Pemerintah				Regulasi Sosial				Tindakan Pemerintah				Demografi Agama				SKOR AKHIR
		IND 1	10%	IND 2	30%	IND 3	20%	IND 4	10%	IND 5	10%	IND 6	15%	IND 7	5%	IND 8	10%	
		30%				30%				25%				15%				
19	Yogyakarta	3,83	0,383	7,00	1,400	7,00	1,400	4,00	0,400	4,00	0,400	6,00	0,900	3,00	0,150	4,00	0,400	5,433
20	Malang	4,50	0,450	5,60	1,120	6,00	1,200	3,00	0,500	6,00	0,600	5,00	0,750	5,00	0,250	5,00	0,500	5,370
21	Madiun	3,83	0,383	6,85	1,370	7,00	1,400	4,00	0,400	5,00	0,500	4,00	0,600	4,00	0,200	5,00	0,500	5,353
22	Batu	5,00	0,500	7,00	1,400	7,00	1,400	3,00	0,300	4,00	0,400	4,00	0,600	4,00	0,200	5,00	0,500	5,300
23	Jayapura	4,83	0,483	7,00	1,400	7,00	1,400	4,00	0,400	4,00	0,400	4,00	0,600	4,00	0,200	4,00	0,400	5,283
24	Probolinggo	4,67	0,467	7,00	1,400	7,00	1,400	4,00	0,400	5,00	0,500	4,00	0,600	2,00	0,100	4,00	0,400	5,267
25	Cimahi	4,67	0,467	6,70	1,340	7,00	1,400	3,00	0,300	4,00	0,400	3,00	0,750	4,00	0,200	4,00	0,400	5,257
26	Denpasar	4,33	0,433	7,00	1,400	6,00	1,200	3,00	0,300	4,00	0,400	5,00	0,750	5,00	0,250	5,00	0,500	5,233
27	Palu	4,17	0,417	7,00	1,400	7,00	1,400	3,00	0,300	4,00	0,400	5,00	0,750	3,00	0,150	4,00	0,400	5,217
28	Batam	4,00	0,400	6,70	1,340	7,00	1,400	3,00	0,300	4,00	0,400	4,00	0,600	5,00	0,250	5,00	0,500	5,190
29	Tegal	5,17	0,517	6,85	1,370	6,50	1,300	4,00	0,400	5,00	0,500	4,00	0,600	2,00	0,100	4,00	0,400	5,187
30	Sorong	4,33	0,433	7,00	1,400	7,00	1,400	4,00	0,400	4,00	0,400	3,00	0,450	4,00	0,200	5,00	0,500	5,183

Sumber : SETARA *Institute*, 2023

Berbagai label generasi digunakan untuk pengklasifikasian usia, perbedaan karakteristik yang signifikan antar generasi Z dengan generasi lain, salah satu faktor utama yang membedakan adalah penguasaan informasi dan teknologi menurut Yanuar & Putra, t (2016). Sedangkan, generasi sebelumnya atau biasa disebut dengan generasi Y atau milenial banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email dan SMS. Sehingga, bagi generasi Z informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka, karena mereka lahir dimana akses terhadap informasi, khususnya internet sudah menjadi budaya global, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap nilai – nilai, pandangan dan tujuan hidup mereka. Dengan adanya Generasi Z juga menimbulkan beberapa tantangan baru bagi daya tarik suatu daerah khususnya di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan kelompok demografis terbesar di Indonesia, mencapai 27,94% dari total penduduk Suci, dkk

(2024). Mereka memiliki peran penting dalam masa depan industri pariwisata, baik sebagai wisatawan maupun sebagai pelaku industri. Kesadaran dan pemahaman mereka terhadap konsep *Muslim Friendly Tourism* dapat berkontribusi pada pengembangan layanan pariwisata yang lebih inklusif di Bali. Namun, terdapat kontradiksi antara minat Generasi Z dalam melakukan perjalanan wisata dengan minat mereka dalam wisata religi. Astaghfiranza (2024) sebuah studi menunjukkan bahwa 63,1% responden Generasi Z jarang terlibat dalam wisata religi. Generasi Z, atau dikenal dengan Gen Z, cenderung lebih mandiri dalam merencanakan perjalanan mereka, mencari informasi secara *online*, membandingkan harga, dan memilih penginapan serta aktivitas yang sesuai dengan preferensi mereka Samudra (2021). Namun, kemandirian dari Gen Z juga dipengaruhi oleh kehidupan para *influencer* yang mereka idolakan dan amati di sosial media menurut Arianto (2021). Oleh karenanya, Gen Z cenderung meniru gaya hidup para *influencer* guna menaikkan taraf sosial mereka di media sosial, sehingga perilaku negatif *influencer* dapat mereka duplikasi untuk meraih atensi di dunia maya. Di samping itu, Gen Z juga cenderung tidak terlalu memperhatikan kehalalan dari suatu makanan atau bahan makanan yang mereka konsumsi menurut Muzayanah, dkk, (2019). Masih banyak Gen Z yang belum memahami sepenuhnya makna produk halal jika ditinjau dari segi fisik pada kemasan atau produk pangan menurut Ropikoh, dkk, (2021). Sehingga, terdapat tendensi bahwa kurangnya kesadaran Gen Z akan gaya hidup halal dan potensi *muslim-friendly tourism* di suatu daerah.

Beberapa penelitian telah membahas peran *Unit Services* dalam meningkatkan kesadaran Generasi Z terhadap *Muslim-friendly Tourism* (MFT). Sebuah studi oleh

(Farisma, dkk 2023) menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, pengelola pariwisata, pelaku bisnis, komunitas lokal, dan wisatawan dalam mengoptimalkan MFT di Pantai Slopeng, Sumenep. Kolaborasi ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisata dan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal. Berdasarkan hal tersebut, perlu dikaji upaya-upaya yang dapat meningkatkan kesadaran Gen Z terhadap *Muslim-friendly tourism* di Bali. Cakupan yang perlu dikaji tidak hanya sebatas pada konsumsi pangan halal, tetapi juga kesadaran akan keberadaan tempat beribadah bagi para wisatawan Muslim. Dengan memahami dinamika ini, pemerintah, pelaku industri pariwisata, dan pemangku kepentingan lainnya dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk mengakomodasi preferensi dan nilai-nilai Generasi Z dalam pengembangan pariwisata di Bali guna meningkatkan kunjungan wisatawan ke Bali.

Salah satu fondasi di bidang pariwisata yang juga berpengaruh terhadap kunjungan pariwisata di suatu daerah adalah transportasi udara. Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai di Bali, sebagai salah satu gerbang utama Indonesia bagi wisatawan domestik maupun mancanegara, semakin relevan untuk dikembangkan sebagai destinasi yang ramah bagi wisatawan Muslim (*Muslim-friendly Tourism*). Meskipun mayoritas masyarakat Bali beragama Hindu mereka selalu hidup berdampingan dengan yang lain khususnya dengan umat muslim, kebutuhan fasilitas yang mendukung wisata halal semakin diakui, terutama sejalan dengan pertumbuhan pasar wisatawan muslim dunia yang sangat besar—sekitar 1,8 miliar penduduk Muslim aktif menjadi target potensial pariwisata global, termasuk di Bali sebagai salah satu destinasi wisata dunia yang memprioritaskan wisata alam dan juga budaya. Tentunya *stakeholders*

memberikan pelayanan di bandara menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan guna menjaga kualitas layanan yang ada. Peran Unit layanan di bandara dipandang sangat strategis, baik sebagai *frontliner* dalam memberikan informasi maupun sebagai fasilitator layanan (penyedia informasi digital, *signage*, serta fasilitas ibadah dan makanan halal). Dengan strategi pemasaran dan edukasi yang tepat, termasuk memanfaatkan media digital dan kampanye kolaboratif, Unit layanan dapat menumbuhkan pemahaman dan minat Gen Z akan pentingnya wisata ramah Muslim sehingga Bali tetap menjadi destinasi unggulan bagi semua segmen wisatawan. Unit pelayanan atau *Services* juga memiliki peran penting dalam menunjang kebutuhan bagi umat muslim dalam melakukan perjalanan. Berkaitan dengan kasus bakso afung sempat viral pada juli, 2023. Maka penulis ingin mengkaji upaya yang telah dilakukan oleh Unit *Services* PT Jasa Angkasa Semesta di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai, sekaligus memperkuat branding Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai dan Bali sebagai destinasi pariwisata ramah muslim yang inklusif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah yang akan dibahas dalam laporan tugas akhir adalah Apakah upaya yang dilakukan oleh Unit *Services* untuk meningkatkan kesadaran Gen Z akan potensi muslim-*friendly tourism* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai?

1.3 Tujuan Penulisan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penulisan tugas akhir ini, yaitu Mendeskripsikan upaya yang dilakukan oleh Unit *Services* dalam meningkatkan kesadaran Gen Z terhadap potensi muslim-*friendly tourism* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai.

1.4 Kegunaan Penulisan Laporan Tugas Akhir

Adapun kegunaan dari penulisan laporan tugas akhir ini yaitu :

a. Bagi Mahasiswa

1. Sebagai salah satu persyaratan akademis untuk memperoleh ijazah Diploma III pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali.
2. Melatih mahasiswa dalam menjelaskan secara sistematis serta dapat mengembangkan solusi terhadap permasalahan dalam laporan tugas akhir ini.
3. Menambah pengetahuan dalam penulisan dengan bahasa yang baik dan benar.

b. Bagi Politeknik Negeri Bali

Menjadi referensi di perpustakaan Politeknik Negeri Bali yang nantinya diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah ilmu pengetahuan pembaca mengenai upaya Unit *Services* dalam meningkatkan kesadaran gen z terhadap potensi muslim-*friendly tourism* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai.

c. Bagi Unit *Services*

1. Memberikan manfaat sebagai input kepada Unit *Services* untuk dapat mempromosikan muslim-*friendly tourism* sebagai salah satu *branding* wisata Bali.

1.5 Metode Penulisan Tugas Akhir

Dalam menyusun laporan tugas akhir ini, penulis menggunakan beberapa metode penulisan antara lain :

1.5.1 Metode dan Teknik Pengumpulan data

a. Metode Observasi

Metode observasi yaitu metode yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung fenomena atau aktivitas yang relevan dengan objek penelitian di lapangan. Dalam konteks ini, observasi digunakan untuk melihat bagaimana pemangku kepentingan (seperti pemerintah daerah, pengelola wisata, pelaku usaha) melakukan upaya dalam meningkatkan kesadaran Gen Z terhadap potensi wisata muslim-*friendly* di kawasan Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai (Kuta, Nusa Dua, Sanur). Dengan Teknik mendokumentasikan berupa foto.

b. Metode Wawancara

Metode wawancara merupakan metode yang digunakan dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan para pemangku kepentingan dengan staff PT Jasa Angkasa Semesta. Dengan teknik perekaman suara dan juga mencatat informasi yang diperoleh.

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data dari website dan juga media sosial Perusahaan tempat memperoleh informasi untuk pembahasan dalam laporan tugas akhir ini, berupa unduhan dan catatan.

d. Studi Kepustakaan

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menelaah, membaca, mencatat, dan menganalisis berbagai Sumber tertulis yang relevan dengan pembahasan laporan tugas akhir, seperti jurnal, laporan penelitian, dan *digital e-book*.

1.5.2 Metode dan Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini adalah metode analisis deskriptif, yaitu mendeskripsikan dengan cara memaparkan atau menggambarkan informasi yang telah terkumpul yang berkaitan dengan upaya Unit *Services* dalam meningkatkan kesadaran gen z terhadap potensi muslim-*friendly tourism* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai.

1.5.3 Metode dan Teknik Penyajian Hasil Analisis Data

Dalam penyajian hasil analisis ini, metode yang digunakan dalam menyajikan hasil analisis menggunakan metode penyajian formal dan informal. Menurut (Creswell, 2012: 224) penyajian data formal adalah penyajian data yang dilakukan dengan cara yang lebih objektif, akurat dan netral. Biasanya penyajian akan disajikan dalam bentuk tabel, diagram, grafik dan gambar yang disertakan bukti yang kuat, sedangkan

penyajian data informal menurut (Koentjaraningrat, 2012:164) yaitu penyajian yang dilakukan dengan cara yang lebih santai dan mudah dipahami. Data disajikan dalam bentuk cerita, narasi dan contoh-contoh konkret. Sehingga metode tersebutlah yang digunakan untuk menyajikan hasil analisis data pada laporan tugas akhir mengenai upaya yang dilakukan oleh Unit *Services* dalam meningkatkan kesadaran gen z terhadap potensi muslim-*friendly tourism* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai.

BAB V PENUTUP

5. 1 Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada Bab IV mengenai upaya yang telah dilakukan oleh para *Unit Services* untuk meningkatkan kesadaran gen z terhadap potensi muslim-*friendly tourism* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

5.1.1 Upaya Unit *Services* dalam meningkatkan kesadaran Gen Z terhadap potensi muslim-*friendly tourism* di Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai

Berdasarkan uraian pada subbab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa peran *Unit Services* di Bandara I Gusti Ngurah Rai sangat krusial dalam mendukung dan meningkatkan kesadaran Gen Z terhadap potensi Muslim-friendly tourism. Hal ini tercermin dari berbagai strategi yang telah diimplementasikan, mulai dari penyampaian informasi fasilitas ibadah, pemberian informasi tenant makanan dan minuman halal, hingga layanan pengantaran secara langsung kepada penumpang yang membutuhkan.

Pada aspek penyampaian informasi fasilitas tempat ibadah, *Unit Services* menjalankan fungsinya sebagai ujung tombak pelayanan langsung dengan menghadirkan petugas di titik strategis seperti terminal kedatangan dan keberangkatan. Melalui pendekatan yang ramah, informatif, dan profesional, para petugas mampu membantu wisatawan Muslim menemukan fasilitas penting seperti mushola, arah kiblat, waktu salat, dan perlengkapan ibadah. Keberadaan fasilitas mushola di dua

terminal utama serta ketersediaan alat ibadah menegaskan keseriusan pengelola bandara dalam menghadirkan pengalaman spiritual yang inklusif. Sementara itu, dalam hal pemberian informasi vendor makanan halal, Unit *Services* memberikan layanan yang proaktif dan relevan terhadap kebutuhan wisatawan Muslim. Informasi tentang restoran halal disampaikan secara langsung maupun melalui media visual dan digital, lengkap dengan penandaan simbol halal, direktori tenant, serta dukungan dalam berbagai bahasa. Hal ini tidak hanya memudahkan wisatawan Muslim dalam memilih konsumsi yang sesuai, tetapi juga memperkuat citra bandara sebagai tempat yang ramah terhadap nilai-nilai Islam.

Selanjutnya, layanan pengantaran penumpang menuju lokasi mushola dan tenant halal menjadi bentuk pelayanan personal (*personalized service*) yang semakin menunjukkan kepedulian dan kualitas layanan. Petugas tidak hanya membantu secara fisik, tetapi juga menjadi agen edukasi yang memperkenalkan lebih lanjut tentang fasilitas ramah Muslim kepada wisatawan, terutama bagi mereka yang baru pertama kali datang ke Bali. Layanan ini memberikan nilai lebih dan berkontribusi dalam menciptakan persepsi positif terhadap Bali sebagai destinasi wisata yang inklusif dan responsif terhadap keberagaman. Secara keseluruhan, upaya yang dilakukan oleh Unit *Services* di Bandara I Gusti Ngurah Rai telah berkontribusi dalam meningkatkan kenyamanan, rasa aman, dan keterlibatan wisatawan Muslim—khususnya generasi muda seperti Gen Z—dalam pengalaman wisata mereka..

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dan pembahasan *tersebut*, berikut beberapa saran yang dapat diajukan untuk memperkuat peran Unit *Services* dalam meningkatkan kesadaran Gen Z terhadap muslim-*friendly tourism* dan dapat dipertimbangkan oleh Bandara I Gusti Ngurah Rai:

a. Optimalisasi Media Sosial Secara Terencana

Unit *Services* sebaiknya bekerja sama dengan pihak manajemen bandara atau pihak terkait untuk membuat konten media sosial yang terjadwal, menarik, dan edukatif, seperti video tur fasilitas musholla, review tenant halal, atau tips perjalanan ramah muslim di Bali. Penggunaan platform populer seperti Instagram dan TikTok dapat dimaksimalkan agar informasi menjangkau lebih luas kalangan Gen Z.

b. Peningkatan Kolaborasi Antar-Stakeholder

Unit *Services* dapat memperkuat kolaborasi dengan tenant makanan, pengelola fasilitas ibadah, serta operator digital *signage* untuk menyinkronkan informasi yang ditampilkan secara daring dan luring. Ini akan menciptakan sistem informasi yang terintegrasi dan konsisten di seluruh bandara.

c. Evaluasi dan Umpan Balik dari Penumpang

Diperlukan mekanisme pengumpulan umpan balik dari wisatawan muslim, khususnya Gen Z, mengenai kualitas informasi yang mereka terima. Evaluasi ini dapat dijadikan dasar perbaikan berkelanjutan serta inovasi layanan di masa depan.

d. Penyusunan Panduan *Digital Muslim-Friendly Tourism*

Pembuatan panduan digital dalam bentuk *e-brochure* atau peta interaktif yang dapat diakses melalui *QR code* di area bandara akan membantu wisatawan muslim menemukan fasilitas penting dengan cepat dan mandiri..

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyana, Susanti E., dan Lubis Z. 2023. Perilaku Pembelian Mahasiswa Muslim Dalam Mengonsumsi Makanan Halal di Indonesia. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*. 3(01): 1-10.
- Arianto, B. 2021. Dampak Media Sosial Bagi Perubahan Perilaku Generasi Muda di Masa Pandemi Covid-19. *JSPG: Journal of Social Politics and Governance*. 3(2):118-132.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2023). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Edward III, G. C. (1980). *Implementing Public Policy*. Washington, DC: Congressional Quarterly Press.
- Fahham, A. M. 2018. Dinamika Hubungan Antarumat Beragama: Pola Hubungan Muslim dan Hindu. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*. 9(1):63-82. DOI: <https://doi.org/10.22212/aspirasi.v7i1.1084>
- Grönroos, C. (2017). *Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition*. Wiley.
- Handoko, T. H. (2021). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). *Pearson Education*.

Lubis H. R dan Izzah N. 2022. Faktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 8(01): 97-105. DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3961>

Makarti, SP (2016). Kejadian sejarah, sosial, dan efek budaya dalam terbentuknya perilaku individu, nilai, dan kepribadian. *Jurnal Inkuiri* , 5(2).

Mandalia, S .2023. *Dummy Book: Peluang dan Tantangan Pariwisata Ramah Muslim di Kawasan Wisata Pulau Mandeh*. Penerbit K-Media. Bantul, Yogyakarta. 68 – 68.

Mohsin, A., Ramli, N., & Alkhulayfi, B. A. 2016. Halal *Tourism: Emerging Opportunities. Tourism Management Perspectives*, 19, 137-143.

Montana K. dan Kurniawati D. 2024. Pengaruh Label Halal, *Brand Image*, dan *Price* Terhadap Buying Decision Produk Skincare Impor Melalui Brand Trust Pada Generasi Z Kota Pekanbaru. *Journal of Religious and Social Scientific*, 18(01): 110-126. DOI: <http://dx.doi.org/10.35931/aq.v18i1.2999>

Musa. A , Halim. H , Khalidin. B , & Ibrahim. A. 2021. *What Determines Muslimfriendly Tourism in Aceh?* *IQTISHADIA Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*. 14(1):85

Muzayanah, U., Oetomo, S. B., & Zakiyah. 2019. Kepedulian Siswa Madrasah Aliyah Terhadap Produk Pangan Halal di Kota Surakarta. Jurnal SMaRT Studi Masyarakat, Religi dan Tradisi. 5(2):259-273. DOI: <https://doi.org/10.18784/smart.v5i2.883>

Nurina, A. R., Lenggogeni, S., & Verinita. 2023. Pengaruh Personalitas Destinasi terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisatawan Gen Z dan Milenial. Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis, 5(4):1121-1126.

Roberts, J., Yaya, L., & Manolis, C. (2014). *The invisible addiction: Cell-phone activities and addiction among male and female college students. Journal of Behavioral Addictions*. 3(4): 254-265.

Ropikoh, S., Mardiah, & Akil, S. 2021. Trend Konsumsi Produk Halal Pada Generasi Z di Era Revolusi Industri 4.0. Jurnaariantol Pangan Halal. 3(2):16-21.

Rozi, F & Camelia, A . 2022. Studi Kelayakan Destinasi Wisata Ramah Muslim untuk Meningkatkan Citra Wisata di Sumenep (Studi Kasus Pantai Lombang Dan Pantai e-Kasoghi Kabupaten Sumenep). Al-Manhaj: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial Islam. 4.(2):455-466

Saifudin, Khusna A, Rusdian A, Sanjaya I. W. W. 2023 Membangun Retensi Wisatawan Melalui Atribut Ramah Halal di Destinasi Wisata Religi Demak Kota Wali. Ar Rehla: *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islmaic Traveling, and Creative Economy*. 3(2) : 144-1164.

Samudra R. D, 2021. Kekuatan Generasi Z : Potensi dan Kelebihan yang Dimiliki.

URL : <https://aiesec.or.id/blog/generasi-z/> Diakses tanggal 01 Maret 2024.

Widyanti, N. N. W. dan Itsnaina F. M. 2022. Riset: 27 Persen Populasi Muslim Dunia

adalah Gen Z, ini Gaya Wisata Mereka. URL:

<https://travel.kompas.com/read/2022/06/08/170300727/riset-27persenpopulasi>

-muslimdunia-adalah-gen-z-ini-gaya-wisata-mereka?page=all. Diakses tanggal

1 Maret 2024.

Yanuar, A. (2016). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perilaku Wisatawan

Generasi Z . Jurnal Ilmiah Pariwisata, 10(2), 123-130.

Yosarie, I., Insiyah, S., Aiqani, N., & Hasan, H. 2023. Indeks Kota Toleran Tahun 2023.

Pustaka Masyarakat Setara. Jakarta. Indonesia.