

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor pariwisata saat ini masih menjadi andalan paling utama dan potensial dalam menghasilkan devisa negara dari penghasilan non migas yang memberikan efek kontributif terhadap bidang-bidang lainnya, seperti membuka dan memperluas lapangan usaha, meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pendapatan, meningkatkan pendapatan pemerintah, pelestarian *local culture* dan pelestarian lingkungan hidup dan sebagainya. Jumlah devisa negara tahun 2018 menurut Badan Pusat Statistik (2018) sebesar 16.426 Miliar USD. Sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 bahwa Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisplin yang mencul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah Daerah dan Pengusaha.

Menurut Ridwan (2012), Hakikat pariwisata bertumpu kepada keunikan, ciri khas dan keaslian alam serta kebudayaan dalam suatu masyarakat daerah. Hakikat ini menjadikan suatu konsep dasar dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata Indonesia. Sehingga dalam pembangunann dan pengembangan pariwisata mengutamakan keseimbangan, yakni (1) Hubungan manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa, (2) Hubungan antar sesama manusia dengan manusia, (3) Hubungan manusia dengan masyarakat dan manusia dengan lingkungan alam baik berupa sumber daya alam maupun geografisnya.

Kegiatan berwisata lebih menitik beratkan kepada kaingintahuan manusia untuk menggali informasi sebanyak mungkin tentang objek wisata yang belum diketahui atau yang belum terdapat dalam lingkungan tempat tinggalnya untuk berekreasi (Apriyoko 2009). Seiring dengan

berkembangnya peradaban manusia untuk kegiatan wisata yang hanya dinikmati oleh keluarga bangsawan, tetapi sekarang seiring berjalannya waktu dapat dilakukan oleh semua kalangan dapat menikmati pariwisata sehingga memungkinkan pariwisata dapat berkembang. Sebagaimana dalam buku *Global Paradoks* yang dituliskan oleh John Naisbitt tahun 1994 dalam Simanjuntak dkk (2017) bahwa “*where once travel was considered a privilege of the moneyed elite, now it is considered a basic human right*” Hal ini tidak hanya terjadi pada negara maju melainkan juga terjadi pada negara berkembang termasuk Indonesia serta didukung oleh pesatnya teknologi yang dapat memudahkan wisatawan untuk berlibur.

Pada saat ini, dunia pariwisata di Indonesia sedang dalam fase pemulihan karena dampak pandemi yang menyebabkan pariwisata di Indonesia ini menjadi tidak stabil dan pasang surut. Menurut Badan Pusat Statistik tahun 2020 bahwa kunjungan wisatawan mancanegara mengalami penurunan drastis sebesar 7,4 persen dibandingkan pada tahun 2019. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2020 sebesar 4.052.923 orang dan pada tahun 2019 sebesar 16.106.954 orang. Dari menurunnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia mengakibatkan pendapatan negara dan masyarakat mengalami penurunan yang drastis

Pemerintah mulai mengadakan pembenahan untuk memperbaiki dan membangun kembali industri pariwisata di Indonesia. Menurut Sugihamretha (2020) bahwa Pemerintah telah menetapkan kebijakan akselerasi kinerja dalam sektor pariwisata untuk menarik minat wisatawan lokal maupun mancanegara di tengah wabah COVID-19 yaitu mengalokasikan tambahan biaya APBN sebesar 298,5 miliar, memberikan insentif bagi perusahaan penerbangan, agen perjalanan, kegiatan promosi wisata, *famtrip dan influencer*, memberikan diskon tiket domestik yang dapat digunakan untuk wisatawan lokal secara merata, mendorong

pemberian insentif untuk pajak hotel dan restoran ataupun memberikan dana hibah kepada pemerintah daerah yang terdampak karena adanya penurunan tarif pajak hotel maupun restoran sebesar 3,3 triliun dan melakukan kampanye promosi dalam negeri guna mendorong pergerakan wisatawan lokal.

Wisata religi atau lebih dikenal sebagai *pilgrimage tourism* merupakan satu jenis wisata yang mulai marak dilakukan oleh semua kalangan masyarakat. Menurut Vulkonic 1996, Tren pariwisata Internasional mengindikasikan semakin berkembangnya jenis pariwisata psikis-spiritual (*psychic-spiritual travel*) dengan munculnya kelompok-kelompok wisatawan yang berminat terhadap pengayaan mental dan spiritual. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya kegiatan dengan wisata religi termasuk kegiatan berziarah. Kegiatan berziarah merupakan salah satu kebudayaan pada sebagian masyarakat di Indonesia sebagai sesuatu yang dijunjung tinggi. Hal ini dikarenakan tingginya nilai dan makna tersendiri bagi wisatawan. Awal mula kegiatan berziarah diawali dengan mengunjungi sanak saudara, kerabat, keluarga yang sudah meninggalkan kita terlebih dahulu hingga seiring berjalannya waktu berkembang menjadi ziarah pada wali, kyai, tokoh agama ataupun orang yang memiliki nilai tinggi di masyarakat. Wisata religi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan rohani pada manusia guna memperkuat keimanan dengan mendatangi tempat-tempat yang dianggap sakral dan memiliki nilai religius seperti masjid dan makam-makam keluarga dan orang-orang terdahulu yang memiliki nilai tinggi dimasa kehidupannya. Bagi sebagian masyarakat yang kental dengan nilai spiritualnya, maka wisata yang menjadi tujuan utama adalah wisata religi. Salah satu wisata religi yang terdapat di Kelurahan Rawajati adalah Makam Habib Kuncung dan Masjid Jami At-Taubah.

Makam Habib Kuncung dan Masjid Jami At-Taubah terletak di Jl. Rawajati Timur II No. 69 dan 70, RT/RW 3/8, Kelurahan Rawajati,

Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan. Habib Ahmad bin Alwi bin Hasan bin Abdullah bin Toha Al-Haddad. Habib Kuncung lahir di Qurfha, Hadramaut, Tarim pada 26 Sya'ban 1254 H atau 14 November 1838 M. Menurut Habib Muhammad selaku Pengelola Makam dan Masjid bahwa Habib Kuncung memulai memperdalam ilmu agama dari Ayahandanya dan juga guru-guru yang berasal dari Hadramaut, Jakarta yaitu Habib Abdurahman bin Abdullah bin Habsyi dan Bogor yaitu Habib Abdullah bin Mushin. Saat dewasa Habib Kuncung mengunjungi Belanda, Singapura dan berakhir di Indonesia yang berawal dari Pulau Sulawesi hingga ke Pulau Jawa sampai di daerah Kalibata untuk berdagang sekaligus menyiarkan agama islam atau berdakwah di wilayah tersebut. Habib Ahmad sering hadir dalam Majelis Ulama kalangan Habaib di Jakarta yang berpusat di kediaman Habib Ali-Habsyi Kwitang. Habib Ahmad dijuluki sebagai "Habib Kuncung" yang mana beliau selalu menggunakan kopiah pemberian bangsawan Bugis yang berbentuk kerucut atau kuncung. Bangsawan Bugis memberikan kopiah tersebut karena Habib Ahmad mempunyai karamah yang besar dikalangan bangsawan Bugis pada saat itu. Habib Kuncung hadir dan dikenal oleh kalangan masyarakat sebagai seorang ulama misterius namun memiliki ilmu tinggi. Habib Kuncung merupakan orang yang memiliki kemampuan melebihi manusia pada umumnya yang tidak bisa di nalar menggunakan logika atau disebut dengan Khariqul a'dah. Dengan kemampuan itulah, banyak orang yang sedang mengalami suatu permasalahan pelik dan meminta nasihat maupun fatwa. Nasihat tersebut akan diberikan merujuk pada Al Quran dan Hadits. Salah satu contohnya adalah di kawasan Masjid Jami At-Taubah mengalami kekeringan sehingga banyak masyarakat yang meminta doa kepada Habib Kuncung kemudian Habib Kuncung pergi ke dekat kali Ci liwung dengan membawa bambu kemudian bambu tersebut beliau tancapkan kedalam dinding Ci liwung dan mengeluarkan air. Dari sanalah awal mula

petilasan Habib Kuncung dibuat. Namun pada tahun 1990 air tersebut sudah hilang karena sering digunakan untuk hal-hal negatif.

Menurut Dinas Pariwisata DKI Jakarta (2020), banyak masyarakat yang menziarahi makam Habib Kuncung sekaligus merenungkan cara hidup yang harus dijalani dengan tawadhu dan kesholehan yang utuh. Hakikat dari berziarah adalah mendoakan rahmatullah sebagai bukti kecintaan kepada ulama serta mengingat akan kematian dan munculnya tekad kuat dari dalam hati untuk memperbaiki niat dan ibadah hanya kepada Allah.

Menurut hasil observasi dan wawancara dengan pihak pengelola bahwa Makam Habib Kuncung tidak pernah sepi oleh para penziarah dari berbagai daerah di Indonesia dan jumlahnya meningkat setiap hari kamis malam jumat hingga hari jumat sore hari dengan jumlah pengunjung kurang lebih 1000 pengunjung perbulannya. Terlebih pada hari besar keagamaan seperti Maulid Nabi Muhammad yang biasanya diadakan pada minggu pertama atau minggu ketiga pada bulan Rabiul Awal pada sore hari para penziarah memadati kawasan makam untuk berziarah sekaligus memperingati Maulid Nabi Muhammad di Masjid Jami At Taubah yang lokasinya bersebelahan dengan Makam Habib Kuncung. Banyaknya wisatawan yang berkunjung dan berziarah ke Makam Habib Kuncung yang memiliki daya tarik wisata religi guna membangun nilai spiritualitas dalam diri pengunjung. Selain itu, belum adanya peresmian dan kebijakan daerah terkait penetapan bangunan bersejarah di DKI Jakarta sebagai benda cagar budaya yang tertuang dalam Surat Keputusan Gubernur DKI Jakarta No 475 Tahun 1993 serta perlu adanya pengembangan wisata religi lebih lanjut untuk kenyamanan pengunjung untuk berziarah.

B. Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan pada penelitian yang dirumuskan oleh peneliti adalah “Bagaimana daya tarik

wisata religi di Makam Habib Kuncung Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan dan bagaimana pengelolaan wisata religi di Makam Habib Kuncung dan Masjid Jami At-Taubah, Kecamatan Pancoran Jakarta Selatan”

C. Fokus Penelitian

Peneliti membatasi penelitian ini dengan berfokus pada identifikasi daya tarik wisata religi yang terdapat di Makam Habib Kuncung dan Masjid Jami At-Taubah, Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan. Adanya fokus penelitian ini bermaksud agar peneliti lebih berfokus dan mengkajinya secara mendalam.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis daya tarik wisata religi di Makam Habib Kuncung dan Masjid Jami At-Taubah, Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan

Adapun kegunaan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

- a. Sebagai media pengembangan ilmu pengetahuan yang didapatkan oleh peneliti
- b. Peneliti dapat mengembangkan pengalaman dan wawasan dalam meneliti kajian daya tarik wisata religi
- c. Dapat memberikan informasi dan bahan acuan kepada peneliti terkait dengan daya tarik wisata religi di Makam Habib Kuncung dan Masjid Jami At-Taubah, Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan

2. Kegunaan Praktis

- a. Dapat menjadi acuan pemerintah terutama Suku Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Administrasi Jakarta Selatan, Suku Dinas Kebudayaan Kota Administrasi Jakarta Selatan dan pengelola Makam Habib Kuncung untuk mempertimbangkan dan mengembangkan daya tarik wisata

religi yang telah terdapat dalam lokasi penelitian tersebut serta sebagai acuan dalam penyusunan kebijakan sosial, agama dan kepariwisataan

- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai-nilai edukasi kepada pengunjung dan khalayak ramai terkait dengan daya tarik wisata religi di Makam Habib Kuncung dan Masjid Jami At-Taubah, Kecamatan Pancoran, Jakarta Selatan.

E. Kerangka Konseptual

1. Hakikat Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Berdasarkan pada perkembangannya, istilah pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata, yaitu “Pari” dan “Wisata”. Pari yang berarti banyak, berkali-kali atau berputar-putar sedangkan wisata berarti perjalanan atau berpergian. Sehingga pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berkeliling dari daerah asal menuju daerah tujuan. Pengertian pariwisata dan wisatawan dimulai sejak abad ke-17 di Perancis bahwa Maurice menerbitkan buku berjudul *“The True Guide For Foreigners Traveliing in France to Appreciate its Beealities, Learn the language and take exercise”*. Dalam buku tersebut terdapat dua perjalanan yaitu perjalanan besar dan perjalanan kecil (*Grand Tour dan Perit Tour*). Pada abad ke-19 pula jumlah wisatawan masih terbatas. Hal ini dikarenakan perjalanan wisata membutuhkan waktu yang lama dengan biaya yang besar pula, keamanan yang kurang terjamin serta sarana yang masih sederhana. Namun setelah revolusi industri keadaan tersebut mulai berubah dan mulai banyak wisatawan yang berwisata baik golongan elit dan menengah. Kemudian pada abad ke-20 kemajuan teknik produksi dan teknik penerbangan menimbulkan meledaknya pariwisata.

Hingga perkembangannya saat ini adalah munculnya perjalanan paket (*Package Tour*).

Batasan pariwisata menurut Herman V. Schulard, seorang ahli ekonomi Australia pada tahun 1910 sebagai berikut:

“Tourism is the sum of operation mainly of an economic nature. Which directly related to the emtry, stay and movement of foreigner inside certain country, city or region.”

Menurut Herman V. Schulard, yang dimaksudkan dengan kepariwisataan adalah sejumlah kegiatan yang berkaitan dengan adanya kegiatan perekonomian secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman dan Bergeraknya orang-orang asing keluar masuk kota, daerah atau negara (Sya Ahman & Harahap Zulkifli, 2019)

Kemudian Salah Wahab (Mesir) dalam bukunya *An Introduction On Tourism Theory* mengemukakan bahwa pariwisata hendaknya memperhatikan anatomi dari gejala-gejala yang terdiri dari tiga unsur yaitu manusia (*man*) adalah orang yang melakukan perjalanan wisata, ruang (*space*) yaitu daerah atau ruang lingkup tempat melakukan perjalanan dan waktu (*time*) yaitu waktu yang digunakan selama dalam perjalanan dan tinggal di daerah tujuan wisata. Sehingga pengertian pariwisata sebagai suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar dan mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu negara atau di luar negeri yang meliputi pendiaman orang-orang di daerah lain atau daerah tertentu, suatu negara atau benua tertentu untuk sementara waktu yang beraneka ragam berbeda dengan apa yang ada didalamnya dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha,

Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Kemudian dalam ketetapan MPRS Nomor I-II Tahun 1960, menyatakan bahwa kepariwisataan dalam era modernisasi pada hakikatnya adalah salah cara untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam memberi hiburan baik rohani maupun jasmani setelah waktu berjalan serta mempunyai modal untuk mengunjungi daerah lain (pariwisata domestik) atau negara-negara lain (pariwisata internasional).

Maka dapat disimpulkan bahwa pengertian pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu daerah ke daerah lain secara berulang-ulang atau berkeliling semata-mata untuk menikmati perjalanan guna bertamasya atau rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

b. Objek Daya Tarik Wisata

Pengertian objek dan daya tarik wisata menurut Marpaung (2002) adalah suatu bentukan dari aktifitas dan fasilitas yang saling berkaitan yang dapat menarik minat wisatawan untuk datang ke suatu daerah tertentu. Objek dan daya tarik sangat berhubungan dengan *travel motivation* dan *travel fashion* karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya di daerah tertentu. Sedangkan menurut A. Yoeti dalam bukunya yang berjudul “Pengantar Ilmu Pariwisata” Tahun 1985 bahwa daya tarik wisata atau *Tourism Attraction* yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang yang berkunjung ke suatu daerah tertentu.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisatan menyatakan bahwa objek dan daya tarik adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata yang dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola dan membuat objek-objek baru sebagai objek dan daya tarik wisata. Dalam

undang-undang di atas yang termasuk objek dan daya tarik wisata sebagai berikut:

- a. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna
- b. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Sesuai dengan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa objek daya tarik wisata merupakan suatu daerah yang menarik sebagai tujuan wisata oleh wisatawan berupa wisata alam, flora dan fauna sebagai ciptaan Tuhan ataupun objek ciptaan manusia berupa museum, peninggalan purbakala, sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Untuk membentuk objek dan daya tarik wisata maka diperlukan tempat disuatu wilayah tertentu yang diketahui oleh khalayak ramai dan dapat dikunjungi oleh wisatawan dengan fasilitas pendukung pariwisata sebagai daerah tujuan wisata. Untuk menjadi daerah tujuan wisata hendaknya harus memenuhi 3 syarat yaitu:

1. Adanya *something to see*, yaitu kelebihan dari suatu objek wisata atau daerah yang ditawarkan untuk dinikmati dan dijual kepada wisatawan. Misalnya potensi alam serta atraksi wisata yang menarik.
2. Adanya *something to buy*, yaitu di objek wisata tersebut harus terdapat fasilitas penunjang untuk berbelanja, seperti barang-barang souvenir dan kerajinan tangan masyarakat yang dapat dijadikan sebagai cenderamata untuk dibawa pulang wisatawan ke tempat asalnya. Selain itu, tersedianya sarana-sarana

penunjang untuk memperlancar kegiatan wisata seperti *Money Changer*, Bank, Kantor Pos dan Pelayanan Telepon.

3. Adanya *something to do*, yaitu di objek wisata tersebut harus terdapat fasilitas rekreasi bagi wisatawan dalam melakukan kegiatan sehingga wisatawan merasa nyaman dan betah untuk tinggal ataupun sekedar singgah di objek wisata tersebut.

c. Komponen Pariwisata 3A (Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas)

Komponen penunjang pariwisata adalah komponen kepariwisataan yang harus terdapat dalam destinasi wisata tersebut (Sugiana, 2013) dalam (Wiwit Nugroho dan Rara Sugiarti). Menurut Inskeep (1991) Pada pengembangan pariwisata berkaitan erat dengan pendekatan perencanaan pariwisata yaitu atraksi wisata: akomodasi: fasilitas dan pelayanan wisata lainnya: transportasi: infrastruktur: serta elemen instusi. Pengelolaan atau manajemen merujuk kepada peranan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang atau bisa juga merujuk kepada fungsi-fungsi yang melekat pada peran tersebut. Fungsi-fungsi tersebut adalah perencanaan (*planning*), pengarahan (*directing*), pengorganisasian (*organizing*) dan pengawasan (*controlling*).

Menurut Oka A. Yoeti dalam Yunia dan Petrus (2015), keberhasilan suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A yaitu Atraksi (*Attraction*), Aksesibilitas (*Accessibility*) dan Fasilitas (*Amenities*).

a. Atraksi (*Attraction*)

Menurut Suwena (2010) atraksi atau objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) adalah komponen yang signifikan dalam menarik kedatangan wisatawan kemudian hal ini dikembangkan menjadi atraksi wisata disebut dengan modal atau sumber kepariwisataan (*tourism resources*). Atraksi dapat didasarkan pada sumber daya alam yang memiliki bentuk ciri-

ciri fisik alam dan keindahan Kawasan itu sendiri. Atraksi budaya juga dapat menjadi salah satu atraksi untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung seperti hal-hal bersejarah, agama, tatanan hidup masyarakat, tata pemerintah dan tradisi-tradisi masyarakat baik di masa lampau atau di masa sekarang (Mill, 2000). Selain itu, Atraksi buatan juga dapat menarik kedatangan wisatawan seperti acara olahraga, berbelanja, pameran, konferensi dan lain sebagainya. Atraksi wisata dibedakan lagi menjadi atraksi penahan dan atraksi penangkap wisatawan.

Menurut inskeep (1991), daya tarik dibagi menjadi 3 kategori, yaitu:

1) *Natural Attraction*

Daya tarik alam yang dimaksudkan yaitu berdasarkan pada bentukan lingkungan alami. Contoh dari daya tarik alam adalah iklim, pemandangan, flora, fauna serta keunikan alam lainnya

2) *Cultural Attraction*

Data tarik budaya yang dimaksudkan yaitu berdasarkan pada aktivitas manusia. Contohnya yang mencakup sejarah, arkeologi, religi dan kehidupan tradisional.

3) *Special Types of Actraction*

Special types of attraction yaitu aksi ini tidak berhubungan dengan kedua kategori diatas, tetapi merupakan atraksi buatan seperti *theme park*, sirkus, mall dan lain-lain

b. Fasilitas (*Amenities*)

Sugiama (2011) dalam Khusnul Khotimah (2017) menjelaskan bahwa amenities meliputi “serangkaian fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi (tempat penginapan), penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan

(*entertainment*), tempat-tempat perbelanjaan (*retailing*) dan layanan lainnya. Menurut Inskeep (1991) fasilitas (*facilities*) dan pelayanan lainnya (*other services*) di destinasi bisa terdiri dari biro perjalanan wisata, *restaurant*, *retail outlet* kerajinan tangan, *souvenir*, keunikan, keamanan yang baik, bank, penukaran uang (*money changer*), (*tourist information office*), rumah sakit, bar, tempat kecantikan. Setiap destinasi wisata memiliki fasilitas yang berbeda namun untuk melayani kebutuhan dasar wisatawan yang berkunjung, destinasi wisata tersebut harus melengkapinya sesuai dengan karakteristik destinasi tersebut.

c. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Menurut Copper, et al (2000) Aksesibilitas mencakup fasilitas sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk menuju destinasi wisata, sehingga harus tersedia jasa seperti penyewaan kendaraan dan transportasi lokal, rute atau pola perjalanan. Sedangkan Menurut Sunaryo (2013), aksesibilitas pariwisata dimaksudkan sebagai “segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata terkait. Aksesibilitas meliputi moda transportasi untuk mencapai tempat wisata serta prasarana seperti jalan, jembatan, terminal, stasiun dan bandara. Prasarana ini berfungsi sebagai penghubung suatu tempat dengan tempat lain, daerah satu dengan daerah yang lain. Dengan keberadaan tingkat transportasi itu sendiri, kondisi prasarana yang baik akan membuat laju transportasi optimal. Menurut Brown dan Stange Akses adalah bagaimana seseorang untuk mencapai tujuan dari tempat asalnya, apakah aksesnya mudah atau sulit.

2. Hakikat Wisatawan

Menurut Undang-undang nomor 10 tahun 2009, wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata. Wisatawan juga adalah orang-orang yang datang berkunjung pada suatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung (*visitor*) yang terdiri dari banyak orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan, termasuk didalamnya. Jadi tidak semua pengunjung adalah wisatawan. Sehingga pengertian wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain (Smith dalam Kusumaningrum, 2009).

Menurut WTO dalam Kusumaningrum (2009) membagi wisatawan kedalam tiga bagian yaitu:

1. Pengunjung adalah setiap orang yang berhubungan ke suatu Negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh Negara yang dikunjungi.
2. Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu Negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung kesuatu tempat pada Negara yang sama untuk waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:
 - 1) Memanfaatkan waktu luang untuk rekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olahraga.
 - 2) Bisnis atau mengunjungi keluarga.
3. Darmawisata atau *excursionist* adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di Negara yang dikunjungi, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar.

Berdasarkan Smith, & Stephen L.S. (1998), wisatawan dalam kepariwisataan dapat digolongkan kedalam 5 bagian yaitu:

1. *Domestic Tourism* adalah pariwisata yang ditimbulkan oleh orang yang bertempat tinggal disuatu negara yang mempunyai tempat di dalam negara yang bersangkutan.
2. *Inbound Tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan orang-orang yang bukan penduduk di suatu negara
3. *Outbound tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan penduduk suatu negara ke negara lain
4. *Internal tourism* adalah merupakan kombinasi antara *domestic tourism* dan *outbound tourism*
5. *International tourism* adalah merupakan kombinasi *inbound* dan *outbound tourism*

Menurut Direktorat Jendral Pariwisata (1985) wisatawan nusantara adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di wilayah Indonesia diluar tempatnya berdomisili, dalam jangka waktu sekurang-kurangnya 24 jam atau menginap untuk maksud apapun kecuali kegiatan yang mendatangkan nafkah ditempat yang dikunjungi. Sedangkan *Foreign Tourist* atau yang biasa disebut dengan wisatawan mancanegara adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata yang akan datang dan memasuki suatu negara lain yang bukan dimana ia tinggal. Wisatawan asing disebut juga wisatawan mancanegara atau wisman (Karyono, 1997).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa wisatawan nusantara adalah wisatawan dengan kewarganegaraan Indonesia yang melakukan perjalanan wisata hanya di wilayah Indonesia sekurang-kurangnya 24 jam dengan tujuan apapun selain mencari nafkah sedangkan wisatawan mancanegara adalah wisatawan dengan kewarganegaraan asing yang melakukan perjalanan wisata dari negaranya menuju negara lain.

Selain itu, jenis wisatawan terbagi menjadi dua yaitu wisatawan existensial dan wisatawan recreational. Wisatawan existensial adalah wisatawan yang berfokus dalam kegiatan spiritual sehingga cocok

digunakan untuk wisata religi berupa wisata ziarah ataupun mengunjungi tempat ibadah. Wisatawan mempunyai kesadaran diri untuk mengunjungi hal-hal terkait wisata spiritual dan meninggalkan kegiatan sehari-hari untuk sementara. Selain itu, wisatawan datang secara sukarela dan tidak ada paksaan dari berbagai pihak dengan kesungguhan hati oleh masing-masing pengunjung. Sedangkan wisatawan recreational merupakan wisatawan yang datang yang bertujuan untuk kesenangan semata. Perjalanan wisata dilakukan untuk memberikan suatu relaksasi dan cenderung menghibur diri sendiri ataupun kelompok yang akan melakukan perjalanan wisata. Dengan harapan bahwa kondisi fisik dan mentalnya akan pulih kembali setelah melakukan serangkaian perjalanan wisata yang telah dilaluinya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang terbiasa melakukan perjalanan spiritual dan atas kemauan diri sendiri serta dengan keteguhan niat disebut sebagai tipe wisatawan eksistensial sedangkan wisatawan yang hanya ingin mencari kesenangan semata untuk menghibur diri sendiri ataupun kelompok disebut sebagai tipe wisatawan recreational.

Wisatawan yang berziarah atau melakukan wisata religi umumnya untuk menyambangi wisata yang memiliki nilai historis dan budaya yang tinggi. Jika di tinjau dari motivasi wisatawan religi meliputi fisik, budaya, sosial dan fantasi. Motivasi fisik yaitu pengunjung yang melakukan wisata religi yang bersifat fisik atau fisiologis dimana dapat dilakukan untuk mendapatkan kenyamanan yang wisatawan inginkan sembari bersantai di kawasan wisata yang identik dengan nuansa religi. Motivasi budaya berupa keinginan untuk mengetahui budaya atau peninggalan sejarah. Motivasi ini banyak dilakukan oleh sebagian wisatawan baik yang sudah mengunjungi atau belum pernah mengunjungi kawasan wisata religi. Selanjutnya adalah motivasi sosial dilakukan oleh wisatawan yang mengunjungi kawasan wisata religi baik aktivitas yang dijalankan dengan rombongan atau

perseorangan. Wisata religi dapat meningkatkan ikatan kolektivisme yaitu masing-masing individu semakin erat dan terjalin antara satu dengan lainnya. Motivasi fantasi adalah keinginan yang kuat dari dalam diri wisatawan untuk berwisata religi biasanya melakukan ziarah. Wisatawan ini bersumber kepada fantasi yang nantinya akan memberikan sebuah kepuasan secara psikologis dan emosional sehingga wisatawan secara sadar ingin melakukan kunjungan wisata religi.

3. Wisata Religi

Suparlan (1981) menyatakan bahwa religi (keagamaan) sebagai sistem kebudayaan. Pada hakikatnya agama adalah sama dengan kebudayaan, dimana sistem simbol atau sistem pengetahuan yang menciptakan, menggolongkan atau merangkaikan dan menggunakan simbol untuk berkomunikasi dan untuk menghadapi lingkungannya. Sedangkan menurutnya kebudayaan adalah pengetahuan yang dimiliki oleh manusia sebagai makhluk sosial yang berisi perangkat, model pengetahuan yang dapat digunakan untuk memahami dan menginterpretasikan lingkungan yang dihadapi dan untuk mendorong Tindakan-tindakan yang diperlukan. Menurut Syam (2005) terdapat perbedaan simbol dalam agama adalah simbol suci. Simbol suci di dalam agama biasanya telah mendarah daging dalam tradisi masyarakat yang disebut sebagai tradisi keagamaan. Sedangkan menurut Chotib (2015) wisata religi merupakan jenis wisata yang berhubungan dengan nilai religius atau keagamaan yang dianut oleh manusia. Pada wisata religi ini mempunyai makna khusus bagi umat beragama, biasanya dilihat dari tempat ibadah yang memiliki kelebihan secara nilai historis dengan adanya legenda atau mitos maupun keunikan arsitektur. Selain itu, wisata religi identik dengan niat dan tujuan dari wisatawan untuk memperoleh ibrah atau pelajaran, berkah dan hikmah dalam kehidupannya, dengan berwisata

religi wisatawan dapat memperkaya wawasan dan pengalaman keagamaan serta memperdalam rasa spiritual.

Wisata religi adalah salah satu jenis produk wisata yang berkaitan dengan sisi religus atau keagamaan yang dianut oleh manusia. Kegiatan berwisata religi di Indonesia mengalami peningkatan dimana wisata religi yang paling banyak dikunjungi adalah wisata religi yang bertemakan islam. Hal ini dikarenakan sebagian besar penduduk di Indonesia mayoritas beragama islam. Maka dari itu, tidak heran mengapa wisata religi islam menjadi daya tarik wisata. Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama, biasanya tempat ibadah memiliki kelebihan. Kelebihan inilah dapat dilihat dari sisi sejarah, mitos dan legenda mengenai tempat tersebut ataupun ciri khas dan keunggulan arsitektur bangunannya. Menurut Wicaksono & Idajati (2019) bahwa komponen wisata religi yaitu daya tarik wisata, amenitas, aksesibilitas, promosi, kelembagaan dan wisatawan. Komponen ini berdasarkan pada hasil sintesa tinjauan pustaka. Banyak yang menghubungkan wisata religi dengan niat dan tujuan wisatawan untuk memperoleh keberkahan, ibrah, tausiah dan hikmah dalam menjalani kehidupan. Namun banyak pula yang melakukan perjalanan religi untuk tujuan tertentu seperti untuk mendapat restu, kekuatan batin dan keteguhan iman.

Menurut Morissan (2002) dalam Chotib (2015) menyatakan bahwa di Indonesia tradisi berziarah ke makam keramat oleh umat beragama khususnya umat islam adalah kelanjutan dari tradisi nenek moyang yang memiliki kebiasaan mengunjungi candi atau tempat suci lainnya dengan maksud sebagai upaya pemujaan kepada roh nenek moyang. Dengan masuknya agama islam di Indonesia, maka kegiatan berziarah hanya meneruskan dari kebiasaan lama. Sedangkan menurut Suryono Agus (2004) dalam Chotib (2015) bahwa wisata religi adalah

kegiatan yang mempunyai makna khusus, diantaranya adalah masjid yang merupakan tempat pusat keagamaan yang dapat digunakan untuk beribadah sholat, I'tikaf, adzan dan iqomah. Kemudian makam dalam tradisi Jawa merupakan tempat yang mempunyai makna sakral. Makam dalam bahasa Jawa merupakan penyebutan yang lebih tinggi (hormat) pesarean adalah sebuah kata benda yang berasal dari *sare* (tidur). Dalam pandangan tradisional, makam merupakan tempat peristirahatan.

Maka dapat disimpulkan bahwa wisata religi adalah perjalanan keagamaan yang dimaksudkan untuk memenuhi nuansa spiritual dalam diri manusia. Dengan demikian, objek wisata religi memiliki cakupan yang sangat luas, meliputi setiap tempat yang dapat menambah religiusitas wisatawan, dengan wisata religi wisatawan dapat memperkaya wawasan dan pengalaman keagamaan serta memperdalam rasa spiritual. Oleh karena itu, setiap berwisata religi akan mendapatkan ibrah dan hikmah dari kunjungan tersebut, misalnya membuat wisatawan lebih dekat dengan sang Maha Pencipta dan ketenangan jiwa serta batin. Jadi seyogyanya terdapat perubahan signifikan bagi kepribadian dan perilaku wisatawan yang melakukan perjalanan spiritual.

F. Penelitian Relevan

Tabel 1. Penelitian Relevan

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode	Hasil
1.	Wahyu A. Wicaksono dan Hartiari Idajati. 2019. Institut Teknologi Sepuluh Nopember (Artikel Jurnal Teknik ITS Vol. 8 No. 2)	Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif kemudian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat daya tarik budaya/sejarah di Makam Sunan Bonang berupa ziarah makam, sejarah Sunan Bonang dan acara Haul Sunan Bonang. Daya tarik Wisata Buatan di Makam Sunan

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode	Hasil
	<i>“Identifikasi Karakteristik Daya Tarik Wisata Makam Sunan Bonang Berdasarkan Komponen Wisata Religi.”</i>	dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif.	Bonang berupa Bangunan Cungkup Makam Sunan Bonang, Pintu gerbang gapura paduraksa, pintu gerbang berbentuk Semar Tinandu. Di Makam Sunan Bonang telah tersedia fasilitas yang dibutuhkan wisatawan.
2.	Moch. Ghotib. 2015. Institut Agama Islam Negeri Jember. (Artikel Jurnal Fenomena Vol. 14 No. 2) <i>“Wisata Religi di Kabupaten Jember”</i>	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang ditekankan pada pembentukan teori substansif berdasarkan konsep-konsep yang muncul dari data empiris	Kabupaten Jember memiliki potensi wisata yang tergolong lengkap. Namun berbagai potensi tersebut belum dikembangkan dan dikelola secara optimal terutama dalam sektor religi namun berpotensi menjadi kawasan tujuan wisata baik regional maupun mancanegara. Wisata religi yang terdapat di Kabupaten Jember adalah wisata majelis dzikir yang setiap bulannya dikunjungi banyak umat yaitu dzikir Manaqib di pesantren Al-Qodiri Gebang, dzikir Sholawat musawa di pesantren Al Amin Ambulu, dzikir sholawat At-Taubah di Tanggul, dan dzikir sholawat Ghafilin di pesantren Ahmad Siddiq Putra (Astra) dan Makam Mbah Siddiq Condro, Habib Sholeh bin Muhsin Al-Hamid Tanggul dan Mbah Nur Kemuning Lor.

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode	Hasil
3.	Shofi'unnafi. 2022. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. (Artikel Pengembangan Masyarakat Islam Vol. 13 No. 1) <i>"Analisis Deskriptif (content Desa Wisata Religi Mlangi Berbasis Komponen 3A (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas) Pariwisata."</i>	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis isi (content analysis). Metode kualitatif berupaya menghasilkan data secara deskriptif.	Dalam kajian ini, aspek daya tarik budaya dan sejarah yang dimiliki oleh Desa Wisata Religi Mlangi berupa situs bersejarah dalam masjid dan situs makam Kyiai Nur Iman. Aksesibilitas Desa Wisata Religi ini mempunyai letak yang strategis yang tidak jauh dari pusat kota sedangkan amenities juga telah tersedia untuk menunjang pengembangan desa Mlangi seperti tersedianya sarana dan prsarana akomodasi penginapan dan transportasi, tempat ibadah dan pusat oleh-oleh. Komponen produk wisata memberikan peluang yang sangat bagus. keterlibatan antara pengelola, warga masyarakat serta dinas pemerintah terkait mutlak diperlukan untuk meningkatkan aspek aksesibilitas yang memudahkan pengunjung menjangkau Desa Wisata Religi Mlangi.
4.	Fahrudin Yusuf. 2018. Universitas Negeri Semarang. (Skripsi Sarjana) <i>"Objek Daya Tarik</i>	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan sumber data menggunakan	Objek daya tarik wisata dan Makam Sunan Kudus adalah sebuah destinasi wisata religi yang memiliki daya tarik wisata sejarah dan budaya. Selain daya tarik wisatanya ada juga yang menarik dari Menara dan Makam Sunan Kudus yaitu Sejarah Mbah

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Metode	Hasil
	<i>Wisata Religi Menara Kudus dan Makam Sunan Kudus Perspektif Sapta Pesona”</i>	data lapangan yaitu observasi dan wawancara serta data kepustakaan yaitu data dokumen dan publikasi.	Sunan Kudus yang sangat Kharismatik, Menara Kudus, Makam Mbah Sunan Kudus, Indah dan klasik, Tradisi Bukak Luwur, Dandangan, Wisata Religi yang nyaman dan Indah. Objek Wisata Religi Menara Kudus dan Makam Sunan Kudus adalah alternatif wisata yang memberikan kesan tersendiri yang sulit untuk dilupakan para peziarah, terlebih untuk yang luar daerah Kudus yang ingin mengunjungi destinasi wisata tersebut.

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2022)

Penelitian relevan yang pertama yaitu berjudul Identifikasi Karakteristik Obyek Daya Tarik Wisata Makam Sunan Bonang berdasarkan Komponen Wisata Religi oleh Wahyu A. Wicaksono dan Hertiaro Idajati (2019). Penelitian ini menggunakan Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat beberapa daya tarik wisata budaya/sejarah yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Pertama adalah ziarah makam Wali Sunan Bonang, para wisatawan datang untuk berziarah dan mencari ketenangan rohani. Kedua, adanya acara tahunan yang selalu diadakan di Makam Sunan Bonang. Acara tahunan ini merupakan hari wafat beliau yang diperingati sebagai Haul Sunan Bonang. Selanjutnya terdapat daya tarik buatan berupa Pintu gerbang di Makam Sunan Bonang yang berbentuk Semar Tinandu dengan atap berhias ornamen bunga-bunga dengan dinding di kanan dan kirinya berhias piring-

piring dan mangkuk keramik Cina. Di Makam Sunan Bonang telah tersedia fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan. Sarana berupa Sarana Penunjang, Sarana Ibadah, Sarana Penjualan dan Sanitasi telah tersedia, serta Prasarana di Makam Sunan Bonang sudah dalam kondisi memadai. Selain sarana dan prasarana, Akses jalan menuju Makam Sunan Bonang mudah. Hal ini dikarenakan lokasi Makam Sunan Boanng berada di dekat alun-alun Tuban.

Penelitian relevan yang kedua yaitu berjudul Wisata Religi di Kabupaten Jember oleh Moch. Ghotib (2015). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang perhatiannya lebih menekankan pembentukan teori substantif berdasarkan konsep-konsep yang muncul dari data empiris. Hasil dari penelitian ini adalah wisata di Kabupaten Jember yaitu wisata majelis dzikir yaitu dzikir Manaqib di Pesantren Al-Qodiri, dzikir Sholawat musawa di pesantren Al-Amin Ambulu dan dzikir sholawat Ghafilin di pesantren Astra. Selain itu, terdapat wisata ziarah yaitu Makam Mbah Siddiq Condro, Habib Sholeh bin Muhsin Al-Hamid Tanggul dan Mbah Nur Kemuning Lor. Kedua wisata ini jika dikelola dengan optimal berpotensi menjadi kawasan tujuan wisata baik regional maupun mancanegara. Secara geografis, Kabupaten Jember berada di jalur tengah dan berbatasan langsung dengan kabupaten lain maka Kabupaten Jember berpotensi menjadi daerah transit yang cukup strategis sebagai kawasan tujuan wisata religi.

Penelitian relevan yang ketiga yaitu berjudul Analisis Deskriptif Desa Wisata Religi Mlangi Berbasis Komponen 3A (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas) Pariwisata oleh Shofi'unnafi (2022). Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan analisis isi (*content analysis*). Metode kualitatif berupaya menghasilkan data secara deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi lapangan dan dokumentasi. Sumber data yang diperoleh dari informan secara langsung dengan teknik

purposive sampling. Hasil penelitian ini adalah keberadaan sebuah destinasi memang tidak lepas dari beberapa komponen wisata itu sendiri, termasuk didalamnya adalah wisata religi. Komponen itu terdiri dari atraksi, aksesibilitas dan amenitas. Keberadaan wisata religi memberikan suntukan spiritualitas bagi pelaku wisata. Dalam kajian ini, Atraksi yang dimiliki oleh Desa wisata religi Mlangi dapat dikategorikan sebagai atraksi budaya dan sejarah. Aspek daya tarik budaya dan sejarah yang dimiliki oleh Desa Wisata Religi Mlangi berupa situs bersejarah dalam masjid dan situs makam Kyiai Nur Iman. Aksesibilitas Desa Wisata Religi ini mempunyai letak yang strategis yang tidak jauh dari pusat kota sedangkan amenitas juga telah tersedia untuk menunjang pengembangan desa Mlangi seperti tersedianya sarana dan prasarana akomodasi penginapan dan transportasi, tempat ibadah dan pusat oleh-oleh.

Penelitian relevan yang empat yaitu berjudul Objek Daya Tarik Wisata Religi Menara Kudus Dan Makam Sunan Kudus Persepektif Sapta Pesona oleh Fahrudin Yusuf (2018). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, interview/wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif Hasil dari penelitian ini adalah objek daya tarik wisata dan Makam Sunan Kudus adalah sebuah destinasi wisata religi yang memiliki daya tarik wisata sejarah dan budaya. Selain daya tarik wisatanya ada juga yang menarik dari Menara dan Makam Sunan Kudus yaitu Sejarah Mbah Sunan Kudus yang sangat Kharismatik, Menara Kudus, Makam Mbah Sunan Kudus, Indah dan klasik, Tradisi Bukak Luwur, Dandangan, Wisata Religi yang nyaman dan Indah. Objek Wisata Religi Menara Kudus dan Makam Sunan Kudus adalah alternatif wisata yang memberikan kesan tersendiri yang sulit untuk dilupakan para peziarah, terlebih untuk yang luar daerah Kudus yang ingin mengunjungi destinasi wisata tersebut

G. Kerangka Berpikir



Gambar 1. Alur Kerangka Penelitian

(Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2022)

Kerangka berfikir diatas menjelaskan mengenai alur berfikir yang akan digunakan pada penelitian ini. Kerangka ini dimulai dari mengidentifikasi daya tarik wisata religi dengan komponen pariwisata berupa 3A yaitu Atraksi (daya tarik) berupa daya tarik utama wisata, kekuatan atraksi pendukung, kegiatan utama di lokasi, dan kondisi fisik objek. Kemudian Amenitas (Sarana dan prasarana) berupa rumah makan, bangunan untuk menikmati objek, tempat ibadah, tempat parkir, toilet dan keamanan serta Aksesibilitas berupa waktu tempuh dari pusat kota, sarana transportasi umum, prasarana jalan ke objek wisata yang berdasarkan kepada pendapat para informan yang didapatkan di lapangan. Identifikasi tersebut nantinya akan dianalisis menggunakan teknik analisis deskripsi yang kemudian akan terlihat daya tarik wisata religi di Makam Habib Kuncung dan Masjid Jami At Taubah.

