

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pariwisata secara global menurut United Nation World Tourism Organization (UNWTO) pada tahun 2014 mengalami kenaikan 4,4% atau sejumlah 1.135.000.0000. Setiap tahun hampir 1 milyar lebih wisatawan di seluruh dunia melakukan perjalanan. Jenis perjalanan wisata terbagi ke dalam beberapa bagian yakni wisata olahraga, wisata kuliner, wisata religi, wisata agro, wisata gua, wisata belanja dan wisata ekologi.

Salah satu wisata yang juga menjadi tren yakni wisata religi. Berawal dari paradigma pariwisata dari *sun, sand and sea* atau matahari, pasir dan laut. Hingga menjadi *serenity, sustainability* dan *sprituality* atau ketenangan, keberlanjutan dan spritualitas. UNWTO menurut data, 30% dari keseluruhan wisatawan global melakukan kunjungan pada situs-situs religius di seluruh dunia.

Wisata religi menurut Yeoman (2008:181) dalam Katrine (2012:15) adalah mengunjungi tempat yang dianggap suci dan sakral, bentuk dari wisata ini yaitu mengamati dan merasakan pengalaman religi dengan seseorang dan sebagai bukti iman atau keyakinan.

Wisata religi identik dengan mempelajari maupun mengetahui destinasi yang menjadi tempat ibadah agama tertentu. Menurut situs www.travelingyuk.com terdapat lima kota di dunia yang menjadi tujuan wisata religi yaitu Makkah-Arab Saudi yang merupakan tempat wisata umat muslim untuk melaksanakan ibadah haji. Kedua yakni Yerusalem di Israel, kota di Timur tengah ini terdapat tiga agama di dalamnya yakni Islam, Kristen dan Yahudi.

Kota ketiga yaitu Vatikan yang menjadi destinasi umat kristen. Di kota ini terdapat simbol religi kristen yang tersebar di berbagai tempat. Kemudian keempat yakni Varanasi yang terdapat di India. Merupakan tempat yang disucikan oleh pemeluk Hindu. Terakhir yakni Lhasa yang terdapat di Tibet. Kota ini

merupakan destinasi bagi umat Budha serta menjadi rumah bagi Dalai Lima, pemimpin wilayah sekaligus pemimpin religi.

Salah satu destinasi religi dari kelima kota tersebut yakni destinasi religi agama Islam. Di dunia, Mekkah yang menjadi pusat aktivitas agama, namun di wilayah lain juga banyak terdapat wisata religi muslim yakni Iskadariyah di kota Mesir. Kemudian kota Amman di Yordania, Granada di Spanyol, Istanbul di Turki, Kairo yang terdapat di Mesir, Kota Karbala di Irak, dan Kota Kordoba di Spanyol (www.wisatafavorit.com).

Di dunia, negara paling banyak penganut agama Islam yakni Indonesia. Maka negara ini memiliki beragam destinasi wisata religi. Indonesia memiliki 34 propinsi, 5 pulau, dan 35 propinsi. Setiap propinsi memiliki destinasi wisata religi terutama wisata religi Islam. Salah satu propinsi di Indonesia yang menjadi tujuan wisata religi yakni Propinsi Jawa Barat. Destinasi religi islam di Jawa Barat terdapat pada tabel 1.1.

TABEL 1.1
DAFTAR DESTINASI WISATA RELIGI ISLAM JAWA BARAT

| Jenis Destinasi | Nama |
|-----------------|--|
| Destinasi Makam | Makam Raden Saleh, Makam Pangeran Salalawe, Makam Raden Arya Wiralodra, Makam Baganjing, Makam Dayeuh Luhur, Makam Nyi Mas Ratu Gandasari, Makam Keramat Syekh Magelung, Makam Buyut Israh, Makam Eyang Nataklusuma, Makam Buyut Kyai Arsitem, Makam Keramat Cinunuk, Makam Sunan Gunung Djati, Makam Sunan Gunung Sembung, Makam Pangeran Muhammad, Makam Buyut Tambi, Makam Dalam Santri, Makam Syekh Baing Yusuf, Makam Aria Wangsa |

| Jenis Destinasi | Nama |
|----------------------------|---|
| | Goparana, Makam Syekh Bentong, Makam Syekh Quro, Makam Dalem Cikundul, Makam Eyang Dalem, Makam Keramat Beji, Makam Tanjung Malaya, Makam Godog, Makam Cut Nyak Dien, Makam Embah Jayaperkosa, Makam Embah Tumpang, Makam dan Gua Pamijahan, Makam Nyi Mas Rara Santang, Makam Ki Bagus Jabin, Makam Linggaratu, Makam Jafar Utama Sidik, Makam Mantan Bupati Kawarang. |
| Destinasi Masjid/Pesantren | Masjid Raya Bandung, Masjid Kubah Mas, Masjid Merah Panjunan, Masjid Agung Sang Cipta Rasa, Masjid Agung Sukabumi, Masjid Cipari Wanaraja, Masjid Besar Tegal Kalong, Masjid Agung Purwakarta, Masjid Agung Kuno Bondan, Pesantren Daarut Tauhiid |

Sumber : www.disparbudjabarprov.go.id dan berbagai pengolahan data

Jawa Barat memiliki banyak destinasi religi, terutama makam. Tetapi wisata destinasi masjid atau pesantren juga banyak dikunjungi wisatawan. Salah satunya destinasi religi yang terletak di kota Bandung, ibukota Jawa Barat. Destinasi tersebut berupa Pesantren Daarut Tauhiid.

Pesantren Daarut Tauhiid menjadi andalan wisata religi, karena kawasan ini memiliki banyak pilihan aktivitas keagamaan. Pesantren Daarut Tauhiid dipimpin oleh figur yang dikenal oleh publik yaitu KH. Abdullah Gymnastiar atau yang lebih dikenal dengan nama Aa Gym. Figur Aa Gym sangat kuat di

masyarakat, bahkan tidak sedikit yang menyebut Pesantren Daarut Tauhiid dengan Pesantren Aa Gym.

Sebagai salah satu kawasan wisata, maka pesantren Daarut Tauhiid juga ditunjang dengan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yakni penginapan, area parkir, tempat belanja, serta fasilitas lainnya.

Wisatawan datang berkunjung dari berbagai daerah di Indonesia bahkan ada juga dari luar negeri. Kunjungan wisatawan meningkat setiap tahunnya. Berikut data kunjungan wisatawan ke Daarut Tauhiid pada tabel 1.2

TABEL 1.2
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN KE DAARUT TAUHIID
2012-2014

| No. | Tahun | Jumlah Kunjungan |
|-----|-------|------------------|
| 1 | 2012 | 1.418 Orang |
| 2 | 2013 | 5.178 Orang |
| 3 | 2014 | 4.034 Orang |

Sumber : Humas Daarut Tauhiid 2014

Berdasarkan data kunjungan pada tabel 1.1, setiap kunjungan mengalami kenaikan jumlah wisatawan. Tujuan berkunjung dari tiap jama'ah berbeda-beda. Mulai dari pemenuhan kebutuhan spiritual, mengenal kawasan DT lebih dekat, hingga *study banding* mengenai program-program dan sistem pembelajaran di Daarut Tauhiid.

Aktivitas wisata religi para wisatawan di Pesantren Daarut Tauhiid, dalam hal nya komponen wisata, menurut Buhalis (2000:2) terdiri atas enam komponen yakni *attraction* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenities* (amenitas), *activity* (aktivitas), *available package* (ketersediaan paket), dan *anciliary service* (jasa tambahan). Komponen destinasi terdapat pada tabel 1.3

TABEL 1.3
KOMPONEN PRODUK WISATA RELIGI

| Komponen Produk Wisata | Deskripsi Komponen Produk Wisata di DT |
|------------------------|--|
|------------------------|--|

| Komponen Produk Wisata | Deskripsi Komponen Produk Wisata di DT |
|-------------------------------|---|
| Atraksi Wisata | Daya tarik wisata di Daarut Tauhiid yakni pesantren virtual yang tidak memiliki gerbang. Kemudian memiliki kawasan yang tidak satu tempat, tiap lokasi menyatu dengan perumahan masyarakat. |
| Aktivitas Wisata | Mengikuti kajian <ol style="list-style-type: none"> 1. Mendengarkan kajian yang diadakan tiap subuh dan magrib. 2. Mengikuti rutin setiap malam jumat selesai salat Isya 3. Kajian Khusus Muslimah (perempuan) setiap Minggu 4. Kajian khusus di luar jadwal rutin Study Banding <ol style="list-style-type: none"> 1. Menenal manajemen Daarut Tauhiid 2. Study Banding Program Pesantren 3. Study Banding Program Pendidikan Formal 4. Study Banding Bidang bisnis DT 5. Study Banding Bidang Media DT Mengikuti Program Pesantren |
| Aksesibilitas | Pesantren Daarut Tauhiid berada di daerah setiabudhi. Bisa ditempuh melalui transportasi darat. Karena bukan berada di jalan utama, maka akses menuju DT belum bisa dimasuki bus, jadi menggunakan transportasi khusus antar jemput. |
| Amenities | Untuk kelancaran aktivitas ibadah, Daarut Tauhiid mempunyai fasilitas pendukung yakni penginapan dan kafe. |
| <i>Available Package</i> | Paket wisata yang disediakan oleh Cottage Daarul Jannah dan MQ Travel. |
| <i>Anciliary Service</i> | Jasa pendukung seperti ATM, Bank, Klinik, Laundry, Souvenir Shop, dan Mini Market |

Sumber : dari berbagai pengolahan data 2014

Berdasarkan komponen wisata tabel 1.3, Pesantren Daarut Tauhiid dalam pengelolaannya memiliki kendala. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan pada tanggal 25 Februari 2014, terdapat beberapa kekurangan dalam pengelolaan kawasan Daarut Tauhiid bagi pengunjungnya yang meliputi:

Desi Hardianti, 2014

PENGEMBANGAN WISATA RELIGI DAARUT TAUHIID BANDUNG BERDASARKAN MOTIVASI WISATAWAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Kendala dari sisi atraksi wisata

Dari sisi atraksi wisata, Lokasi Pesantren Daarut Tauhiid tidak berada pada satu kawasan. Kekurangan disini, belum terdapat petunjuk lokasi menuju kawasan.

2. Kendala dari segi Aktivitas

Dari segi aktivitas, terkendala dengan masih minimnya informasi kegiatan kajian maupun kegiatan lainnya yang bisa diketahui wisatawan.

3. Kendala dari segi Aksesibilitas

Akses menuju lokasi menjadi kendala yang cukup berpengaruh, wisatawan terkadang tidak mengetahui lokasi pemberhentian bus karena belum ada petunjuk jalan menuju area parkir.

4. Kendala dari segi amenities

Dari segi amenities, terkendala dengan area parkir yang sangat terbatas.

5. Kendala dari segi *Available package*

Paket wisata disusun berdasarkan permintaan dari wisatawan. Belum dibuat sendiri oleh pengelola.

6. Kendala dari segi *anciliary service*

Fasilitas atau jasa tambahan sebenarnya sudah memiliki fasilitas yang cukup lengkap, hanya saja perlu pengelolaan yang lebih baik.

Wisatawan yang berkunjung ke Pesantren Daarut Tauhiid dilandasi dengan motivasi. Secara teori, motivasi dibagi menjadi dua yaitu teori Isi (Content Theory) dan Teori Proses (Process Theory).

Menurut <https://goenable.wordpress.com/tag/teori-teori-motivasi/>. 2012, Teori isi merupakan profil kebutuhan yang dimiliki seseorang yang mendasari perilakunya. Sedangkan Teori proses yaitu proses yang terjadi dalam pikiran seseorang yang pada akhirnya membuat orang menampilkan tingkah laku. Teori Isi terdiri dari empat teori pendukung yaitu teori Hierarki Kebutuhan oleh

Abraham Maslow, kedua Teori Eksistence, Relatedness dan Growth oleh Clayton Alderfer.

Teori Isi ketiga yaitu teori tiga motif sosial oleh D. McClelland, menurut D. McClelland terdapat 3 hal yang berpengaruh terhadap motivasi seseorang yaitu Achievement motive (nAch) atau motif untuk berprestasi, kedua power motive (nPow) atau motif untuk berkuasa.

Motif ini dibagi menjadi dua tipe yaitu personal power adalah mereka yang mempunyai personal motive yang tinggi cenderung untuk memerintah secara langsung, dan bahkan cenderung memaksakan kehendaknya. Motif kedua dari power motif yaitu institutional power atau sering disebut social power motive, cenderung untuk mengorganisasikan usaha dari rekan-rekannya untuk mencapai tujuan bersama.

Teori isi yang keempat yaitu teori Dua Faktor oleh Frederick Herzberg. Menurut teori ini terdapat 2 perangkat kegiatan yang dapat memuaskan kebutuhan manusia yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan kepuasan kerja atau disebut juga motivator meliputi prestasi, penghargaan, tanggung jawab, kemajuan atau promosi, pekerjaan itu sendiri, dan potensi bagi pertumbuhan pribadi. Teori dua faktor yang kedua yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan ketidakpuasan kerja.

Selanjutnya teori proses juga memiliki empat teori pendukung. Pertama, teori keadilan/ equity theory oleh S. Adams maksudnya inti dari teori ini terletak pada pandangan bahwa manusia terdorong untuk menghilangkan kesenjangan antara usaha yang dibuat bagi kepentingan organisasi dengan imbalan yang diterima.

Teori kedua yaitu teori harapan/ Expectancy Theory oleh Victor Vroom. Victor Vroom mengembangkan sebuah teori motivasi berdasarkan kebutuhan infernal, tiga asumsi pokok Vroom dan teorinya yaitu setiap individu percaya bahwa bila ia berperilaku dengan cara tertentu, ia akan memperoleh hal tertentu.

Ini disebut sebagai harapan hasil (*outcome expectancy*) sebagai penilaian subjektif seseorang atas kemungkinan bahwa suatu hasil tertentu akan muncul dari tindakan orang tersebut. Kedua, setiap hasil mempunyai nilai atau daya tarik bagi orang tertentu. Ini disebut valensi (*valence*) sebagai nilai yang orang berikan kepada suatu hasil yang diharapkan. Ketiga, setiap hasil berkaitan dengan suatu persepsi mengenai seberapa sulit mencapai hasil tersebut.

Teori proses yang ketiga yaitu teori penetapan tujuan/*Goal Setting Theory* oleh Edwin Locke. Teori penetapan tujuan menurut Edwin Locke memiliki empat mekanisme motivasional yaitu tujuan-tujuan mengarahkan perhatian, tujuan-tujuan mengatur upaya, tujuan-tujuan meningkatkan persistensi dan tujuan-tujuan menunjang strategi-strategi dan rencana-rencana kegiatan.

Teori proses yang keempat yaitu Reinforcement Theory oleh B.F Skinner. Teori ini menurut B.F Skinner didasarkan atas “hukum pengaruh”, tingkah laku dengan konsekuensi positif cenderung diulang, sementara tingkah laku dengan konsekuensi negatif cenderung untuk tidak diulang.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil teori isi mengenai teori hierarki kebutuhan oleh Abraham Maslow. Teori hierarki kebutuhan terdapat 5 tingkat dasar kebutuhan manusia yaitu *Psychological Need*, *safety need*, *belonging need*, *esteem need* dan *self actualization*. *Psychological need* berupa kebutuhan fisik manusia yaitu makan, istirahat, udara.

Safety need yaitu kebutuhan akan keamanan diri berupa tempat tinggal, selanjutnya *belonging need* yaitu kebutuhan untuk diakui di kelompoknya baik dalam kelompok keluarga maupun kelompok komunitas. *Esteem need* yaitu kebutuhan untuk dihargai atas prestasi yang dicapainya selanjutnya yaitu tingkat kebutuhan paling tinggi yaitu *self actualization* ketika seseorang sudah mencapai tingkatan kepuasan terhadap semua empat tingkat kebutuhan sebelumnya.

Kebutuhan spritual, dalam teori *hierarchy of need*, semua kebutuhan tersebut mengiringi dalam setiap tingkatnya. Spritual berkaitan dengan

penghambaan seseorang kepada sang pencipta, Maka, untuk menguatkan sisi rohani serta memperdalam ilmu agama, para wisatawan melakukan wisata religi. Motivasi yang menjadikan wisatawan melakukan perjalanan ini dapat digolongkan menjadi dua faktor-faktor utama, yaitu faktor pendorong (*push factors*) dan faktor penarik (*pull factor*).

Faktor-faktor pendorong (*push factor*) seseorang untuk melakukan perjalanan wisata religi menurut Albughuli (2011:69) adalah faktor relaksasi, faktor pengetahuan, faktor spritual, faktor keluarga, faktor ekonomi, faktor loyalty, faktor budaya, dan perkumpulan. Faktor-faktor penarik (*pull factor*) yaitu faktor budaya lokal, faktor religius, faktor kemewahan, faktor keamanan, dan faktor hiburan.

Daarut Tauhiid secara umum telah memenuhi kebutuhan wisatawan, hanya saja terdapat beberapa kekurangan dalam pengelolaannya. Begitu juga untuk faktor penarik, telah diterapkan oleh Daarut Tauhiid secara umum.

Berdasarkan hal tersebut, maka perlu diadakan penelitian tentang bagaimana mengembangkan wisata religi di Daarut Tauhiid berdasarkan pemahaman terhadap motivasi wisatawan yang datang.

Pemahaman tersebut diharapkan menjadi acuan untuk mengembangkan potensi produk wisata di Daarut Tauhiid menjadi lebih baik lagi. Maka diambil penelitian dengan topik “Pengembangan Wisata Religi Daarut Tauhiid Berdasarkan Motivasi Wisatawan.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, terdapat beberapa masalah mengenai pengembangan wisata Religi di Daarut Tauhiid sebagai berikut.

1. Komponen Produk wisata Religi yang belum tereksplorasi.
2. Motivasi wisatawan religi belum tereksplorasi
3. Pengelolaan Kawasan wisata religi yang kurang tertata dengan baik.

1.3 Rumusan Masalah

Desi Hardianti, 2014

PENGEMBANGAN WISATA RELIGI DAARUT TAUHIID BANDUNG BERDASARKAN MOTIVASI WISATAWAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berikut rumusan masalah yang akan diteliti.

1. Apa saja produk wisata religi di Pesantren Daarut Tauhiid
2. Bagaimana motivasi mendorong wisatawan untuk mengunjungi Daarut Tauhiid
3. Bagaimana motivasi wisata menjadi konsep untuk Pengembangan Wisata Religi di Daarut Tauhiid

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana mengembangkan produk wisata religi di DT berdasarkan analisis dari motivasi wisatawan. Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran tentang potensi wisata religi di DT
2. Mengetahui gambaran motivasi wisatawan di DT
3. Konsep pengembangan produk wisata religi di DT.

Adapun manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata, khususnya dalam bidang pemasaran destinasi wisata religi.
2. Manfaat Praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola DT dan stakeholders terkait lainnya, seperti masyarakat, pemerintah, akademisi, dan pengusaha pariwisata untuk dapat berpartisipasi aktif dalam mengembangkan produk wisata religi.

