

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pariwisata merupakan industri global yang bersifat fenomenal. Perkembangan kepariwisataan dunia dari tahun ke tahun semakin meningkat baik dari jumlah wisatawan maupun pembelanjannya. Pertumbuhan pariwisata secara global tidak lepas dari berbagai tantangan dalam persaingan yang semakin kompetitif. Perubahan dan pergerakan pariwisata terjadi secara cepat dan dinamis.

Seiring dengan terjadinya krisis ekonomi global selama 2008-2009 belakangan ini menimpa perekonomian negara-negara di dunia. Krisis ekonomi global diyakini berdampak terhadap sektor pariwisata, khususnya kunjungan wisatawan dari negara-negara yang terkena krisis atau dampaknya. Krisis global telah menyebabkan orang mengurangi pengeluaran yang akhirnya berdampak pada melambatnya seluruh kegiatan ekonomi. Krisis juga berdampak pada industri pariwisata yang telah menyebabkan berkurangnya kunjungan wisata di sejumlah negara, perubahan orientasi dan level belanja wisatawan, dan dampak lainnya. Dalam *World Tourism Barometer* edisi Januari 2010, UNWTO (*United Nation World Tourism Organization*) mengumumkan bahwa sepanjang tahun 2009 yang lalu, kunjungan wisatawan internasional mengalami penurunan sebesar 4% (www.puspar.ugm.ac.id). UNWTO mencatat penurunan kunjungan wisatawan internasional berdampak

pula terhadap penerimaan pendapatan di bidang pariwisata sebesar 6% pada tahun 2009 (www.budpar.go.id).

Penurunan jumlah kedatangan wisatawan asing yang terjadi di beberapa negara yang terkena krisis global atau dampaknya mengakibatkan pergeseran perhatian dari pasar mancanegara ke pasar domestik. Sebagaimana menurut UNWTO bahwa dalam masa krisis global, wisatawan domestik cenderung lebih sering berwisata di objek lokal. Bahkan beberapa destinasi wisata mengalami pertumbuhan signifikan dalam hal kunjungan domestik, diantaranya Cina, Brasil, dan Spanyol (www.puspar.ugm.ac.id).

Indonesia terbukti mampu bertahan menghadapi tekanan krisis global dengan keberhasilan pemerintah dalam menerapkan langkah kebijakan ekonomi yang efektif, strategis dan konsisten dalam menangkal gejolak krisis yang terjadi sehingga perekonomian nasional tetap tumbuh. Sektor kepariwisataan Indonesia tetap mengalami pertumbuhan dan terbukti mampu bertahan menghadapi tekanan krisis global. Terbukti melalui Program *Visit Indonesia Year 2009* sektor pariwisata berhasil mendatangkan wisatawan mancanegara sebanyak 6,5 juta orang dengan perolehan devisa USD7,5 juta di mana hasil tersebut sesuai dengan target yang dicanangkan oleh pemerintah.

Lima bulan pertama Januari-Mei 2009 jumlah kunjungan wisman ke Indonesia sebesar 2.413.638 orang atau tumbuh 1,69% dibanding Januari-Mei 2008 sebesar 2.373.540 orang. Oleh karena itu dalam menghadapi situasi krisis ekonomi global, maka Indonesia lebih fokus dalam meningkatkan industri pariwisata dalam negeri. Frekuensi perjalanan wisatawan nusantara

pada tahun 2008 rata-rata mencapai 1,92 kali, di mana dari jumlah wisatawan nusantara 117 juta orang yang melakukan perjalanan sebesar 225 juta orang dengan pengeluaran mencapai Rp 123,17 triliun (Dikutip dari Pusformas tahun 2010). Berikut merupakan jumlah kunjungan wisatawan nusantara dari tahun 2001-2009.

TABEL 1.1
JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA TAHUN 2001-2009

| TAHUN | WISNUS (000 orang) | PERJALANAN (000 orang) | RATA-RATA PERJALANAN | TOTAL PENGELUARAN (Trilyun Rp) |
|--------------|-------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---|
| 2001 | 103.884 | 195.770 | 1,88 | 58,71 |
| 2002 | 105.379 | 200.589 | 1,90 | 68,82 |
| 2003 | 110.030 | 207.119 | 1,88 | 70,87 |
| 2004 | 111.353 | 202.763 | 1,82 | 71,70 |
| 2005 | 112.701 | 198.359 | 1,76 | 74,72 |
| 2006 | 114.270 | 204.553 | 1,79 | 88,21 |
| 2007 | 115.335 | 222.389 | 1,93 | 108,96 |
| 2008 | 117.213 | 225.042 | 1,92 | 123,17 |
| 2009 | 119.944 | 229.731 | 1,92 | 137,91 |

Sumber: Pusat Pengelolaan Data dan Sistem Jaringan (P2DSJ) tahun 2009

Pertumbuhan jumlah kedatangan wisatawan nusantara yang disebutkan pada Tabel 1.1 di atas dari tahun 2001-2009 cenderung mengalami kenaikan walaupun sempat mengalami penurunan pada tahun 2007 sebesar 0,93% sehingga rata-rata kenaikan jumlah kunjungan wisatawan nusantara tiap tahun sebesar 1,82% seperti disebutkan pada Tabel 1.2.

TABEL 1.2
PERSENTASE KENAIKAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN
NUSANTARA DI INDONESIA TAHUN 2001-2008

| Tahun | % Kenaikan |
|------------------|-------------------|
| 2001-2002 | 1,44% |
| 2002-2003 | 4,41% |
| 2003-2004 | 1,20% |
| 2004-2005 | 1,21% |
| 2005-2006 | 1,39% |
| 2006-2007 | 0,93% |
| 2007-2008 | 1,63% |
| 2008-2009 | 2,63% |
| Rata-rata | 1,82% |

Sumber: Pengolahan Data Tahun 2010

Perkembangan pariwisata nusantara di Indonesia melibatkan berbagai jenis kegiatan wisata seperti wisata budaya, kesehatan, olahraga, komersial, industri, politik, konvensi, sosial, pertanian, bahari, cagar alam, petualangan, dan wisata ziarah/pilgrim. Salah satu jenis wisata yang terus berkembang di Indonesia adalah wisata ziarah/pilgrim.

Dijelaskan oleh Petter Robbin dalam www.petterrobins.co.uk/ bahwa perjalanan wisata ziarah adalah suatu perjalanan yang menitikberatkan pada keagamaan dan berisikan kegiatan-kegiatan mengunjungi tempat-tempat keagamaan, perjalanan secara fisik ini merupakan perjalanan spiritual.

Jenis kegiatan wisata keagamaan, etnis dan nostalgia erat kaitannya dengan wisatawan atau pengunjung yang memiliki latar belakang budaya, agama, etnis, dan sejarah yang sama atau hal-hal yang pernah berhubungan dengan masa lalunya. (Happy Marpaung, 2004:93)

Wisata ziarah dikaitkan erat dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan yang dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-

tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin yang menjadi legenda. Wisata ziarah banyak dihubungkan dengan niat atau hasrat wisatawan untuk memperoleh restu, kekuatan batin, keteguhan iman dan tidak jarang pula untuk tujuan memperoleh berkah dan kekayaan melimpah

Beberapa umat beragama seperti umat Katholik misalnya melakukan wisata ziarah/pilgrim ini ke Istana Vatikan di Roma, umat Islam ke tanah suci, umat Budha ke tempat-tempat suci agama Budha di India, Nepal, Tibet, dan sebagainya. Sedangkan di Indonesia sendiri destinasi/daerah tujuan pariwisata suci atau keramat yang sering dikunjungi oleh umat-umat beragama tertentu, misalnya seperti Candi Borobudur, Prambanan, Pura Besakih di Bali, Sendangsono di Jawa Tengah, makam Wali Songo, Gunung Kawi, makam Bung Karno di Blitar dan sebagainya.

Perjalanan atau wisata dalam terminologi Arab diistilahkan sebagai as-Safar atau az-Ziyarah. Sehingga, wisata ziarah merupakan sebuah bentuk kunjungan ritual yang dilakukan ke makam dan masjid bersejarah. Dari prosesnya, wisata ziarah juga dipahami sebagai perjalanan batin seseorang, sehingga memiliki muatan emosi dan kontemplasi tinggi.

Tradisi ziarah bagi umat Islam di Indonesia biasanya dilakukan terhadap leluhur, orangtua, maupun anggota keluarga yang dicintai. Ziarah dalam artian umum merupakan kunjungan ke makam, masjid, relik-relik tokoh agama, raja dan keluarganya, dan terutama ke makam para wali penyebar agama Islam

sebagai wujud kecintaan. Karisma para leluhur ini begitu melekat di dalam hati masyarakat sampai sekarang.

Hampir di seluruh wilayah tanah air Indonesia memiliki makam-makam wali. Ini memperlihatkan bahwa hampir semua daerah di Indonesia pernah hidup dan berjuang seorang ulama besar. Sehingga kemudian seiring waktu tradisi ziarah ke makam wali menjadi sangat populer di Indonesia, terutama Walisanga yang menyebarkan agama Islam di Jawa. Para wali itu di antaranya Sunan Ampel, Sunan Giri, Sunan Drajat, Sunan Bonang, Sunan Gunung Jati, Sunan Kalijaga, dan Sunan Kudus.

Keberadaan Walisanga tersebar di tiga provinsi Pulau Jawa yaitu Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur mencakup daerah Cirebon, Kudus, Demak, Tuban, Gresik, Lamongan, dan Surabaya. Daya tarik wisata ziarah tersebut meliputi makam Sunan Gunung Jati (Cirebon), makam Sunan Kalijaga (Kadilangu), Masjid Agung (Demak), makam Sunan Kudus dan Sunan Muria (Kudus), makam Sunan Bonang (Tuban), Sunan Drajat (Lamongan), Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri (Gresik), serta Sunan Ampel (Surabaya).

Keberadaan makam Sunan Gunung Jati di Cirebon menjadikan Cirebon sebagai salah satu destinasi tujuan wisata ziarah Walisanga. Walaupun demikian Cirebon tidak sepopuler daya tarik wisata ziarah Walisanga lainnya yang hampir semuanya berada di wilayah Jawa Tengah dan Jawa Timur yang sudah banyak dikenal orang.

Nama destinasi pariwisata Cirebon jika dilihat dari kegiatan dan daya tarik wisata ziarah maka secara langsung meliputi wilayah Kabupaten dan Kota Cirebon yang terkait aspek historis peninggalan budaya dan agama. Sebagaimana tertuang dalam UU No. 10 Tahun 2009 bahwa destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Cirebon sebagai salah satu destinasi pariwisata yang memiliki sejumlah daya tarik wisata ziarah baik yang terdapat di kota maupun di Kabupaten Cirebon mengalami pertumbuhan jumlah kedatangan wisatawan nusantara setiap tahunnya. Namun jika dibandingkan dengan daya tarik wisata ziarah lainnya seperti Surabaya, Gresik, Lamongan, Tuban, dan Demak maka Cirebon masih tertinggal.

Sebagai salah satu perbandingan jumlah kunjungan wisatawan, Cirebon masih jauh tertinggal dari Demak yang terkenal dengan masjid peninggalan Walisanga, museum, makam sultan dan raja-raja Demak, serta makam Sunan Kalijogo di Kadilangu. Pertumbuhan kenaikan jumlah wisatawan yang datang ke Demak pada tahun 2007-2008 mencapai sebesar 22,01% sedangkan Cirebon pada tahun yang sama hanya mengalami kenaikan sebesar 8,47% bahkan pada tahun 2008 – 2009 cenderung menurun yaitu sebesar -1,79% (Kontributor disbudpar Prov. Jateng 2010 dalam www.jatengprov.go.id).

Pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan nusantara di destinasi pariwisata Cirebon ditunjukkan pada Tabel 1.3 berikut.

TABEL 1.3
PERSENTASE PERTUMBUHAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN
NUSANTARA DI DESTINASI PARIWISATA CIREBON
DARI TAHUN 2007-2009

| Tahun | | | % Pertumbuhan | |
|-----------|-----------|-----------|---------------|-----------|
| 2007 | 2008 | 2009 | 2007-2008 | 2008-2009 |
| 1.779.482 | 1.930.222 | 1.895.759 | 8,47 | -1,79 |

Sumber: DISPORBUDPAR Kota Cirebon & DISBUDPARPORA Kab. Cirebon Th 2010

Pertumbuhan jumlah wisatawan nusantara di Cirebon seperti yang ditunjukkan Tabel 1.3 masih sangat rendah dan tergolong mengkhawatirkan jika terjadi penurunan pada tahun-tahun berikutnya. Keberadaan Cirebon sebagai destinasi pariwisata ziarah akan terancam hilang secara perlahan dan semakin tidak dikenal lagi jika penurunan jumlah kunjungan wisatawan terus menerus terjadi tiap tahun.

Cirebon seringkali disebut sebagai destinasi ziarah yang terlupakan dalam agenda wisata ziarah Walisanga yang mayoritas dilakukan oleh wisatawan yang berasal dari Jawa Tengah dan Jawa Timur. Mereka hanya melakukan ziarah ke makam Sunan Bonang di Tuban, Sunan Drajat di Lamongan, Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri di Gresik, serta Sunan Ampel di Surabaya, makam Sunan Kalijaga di Kadilangu, Masjid Agung (Demak), serta ke makam Sunan Kudus dan Sunan Muria (keduanya di Kudus) yang masih terjangkau di wilayah Jawa Tengah dan Jawa Timur.

Pada dasarnya jika dilihat dari aset pariwisata yang ada di Cirebon tidak kalah menarik dengan yang dimiliki oleh destinasi pariwisata ziarah lainnya. Sebelas dari dua puluh daya tarik wisata yang terdapat di Cirebon merupakan

daya tarik wisata ziarah yang erat kaitannya dengan peninggalan sejarah perkembangan kerajaan Islam dan hingga kini masih dikeramatkan serta masing-masing memiliki keunikan tersendiri, seperti; kompleks makam Sunan Gunung Jati, Masjid Agung Sang Cipta Rasa, Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman, Keraton Kacirebonan, dan lain sebagainya.

Setiap daya tarik wisata ziarah tersebut pada tahun 2008-2009 mengalami pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan, ada beberapa yang mengalami penurunan namun hampir semuanya mengalami kenaikan dan secara keseluruhan pertumbuhan jumlah kunjungan di daya tarik wisata ziarah di Cirebon mengalami kenaikan sebesar 13,45% seperti yang disebutkan pada Tabel 1.4 berikut.

TABEL 1.4
PERTUMBUHAN JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN NUSANTARA
KE DESTINASI PARIWISATA ZIARAH DI CIREBON TAHUN 2008-2009

| No | Nama Daya Tarik Wisata Ziarah | Tahun | | % Pertumbuhan |
|---------------|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | 2008 | 2009 | |
| 1 | Kraton Kasepuhan | 1.131.431 | 1.231.035 | 8,80 |
| 2 | Kraton Kanoman | 130.111 | 131.222 | 0,85 |
| 3 | Kraton Kacirebonan | 802 | 851 | 6,11 |
| 4 | Mesjid Agung Kasepuhan | 128.728 | 128.353 | -0,29 |
| 5 | Pedati Gede | 131 | 113 | -13,74 |
| 6 | Mesjid Bata Merah | 213 | 231 | 8,45 |
| 7 | Gua Sunyaragi | 24.035 | 25.978 | 8,08 |
| 8 | Makam Sunan Gunung Jati | 191.802 | 307.620 | 60,38 |
| 9 | Makam Nyi Mas Gandasari | 4.642 | 0 | -100,00 |
| 10 | Makam Syekh Magelung | 1.962 | 3.543 | 80,58 |
| 11 | Makam Kramat Talun | 12.295 | 15.855 | 28,95 |
| Jumlah | | 1.626.152 | 1.844.801 | 13,45 |

Sumber: DISPORBUDPAR Kota Cirebon & DISBUDPARPORA Kab. Cirebon (2010)

Kenaikan pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan nusantara di daya tarik wisata ziarah hanya 13,45% pada tahun 2008-2009 sehingga masih

belum memenuhi target pencapaian yang canangkan DISPORBUDPAR (Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata) Kota Cirebon dan DISBUDPARPORA (Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga) Kabupaten Cirebon sebesar 30% untuk daya tarik wisata ziarah.

Sementara itu dalam upaya untuk memaksimalkan jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang berkunjung ke Cirebon, DISPORBUDPAR (Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata) Kota Cirebon dan DISBUDPARPORA (Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga) Kabupaten Cirebon sebagai pemegang wewenang kebijakan pariwisata selalu melakukan berbagai strategi dan program.

Berbagai program upaya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan pada sejumlah bidang tersusun secara sistematis dalam Rencana Strategis periode 2009-2013. Program-program yang baru dilaksanakan meliputi pengembangan daya tarik wisata melalui peningkatan pembangunan sarana dan prasarana pariwisata (pembangunan pasar seni, sentra kerajinan, dan makanan tradisional khas Cirebon). Bidang pengembangan pemasaran pariwisata melalui pengadaan bahan informasi seperti *leaflet*, *booklet*, buku, poster, CD promosi pariwisata dan lain-lain, pengembangan *website* pariwisata, survey kepariwisataan, pentas seni, pelaksanaan promosi pariwisata nusantara di dalam dan di luar negeri melalui berbagai *event* maupun festival pariwisata, mengadakan pemilihan Jaka Rara Duta Budaya Pariwisata. Bidang pengembangan kemitraan melalui peningkatan peran serta masyarakat dalam pengembangan kemitraan pariwisata (pembuatan kanopi

pasar seni). Bidang peningkatan mutu SDM pariwisata melalui pelatihan kepariwisataan bagi pemandu wisata dan lain-lainnya.

Walaupun demikian upaya tersebut masih belum cukup mampu untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang datang ke Cirebon seperti yang ditargetkan DISPORBUDPAR Kota Cirebon dan DISBUDPARPORA Kabupaten Cirebon untuk menjadikan Cirebon sebagai destinasi pariwisata ziarah yang dapat bersaing dengan destinasi pariwisata ziarah lainnya. Hal tersebut terbukti dengan terjadinya penurunan jumlah wisatawan nusantara pada tahun 2009 sebesar -1,79% serta belum terpenuhinya target pertumbuhan jumlah kunjungan pada daya tarik wisata ziarah yang hanya sebesar 13,45%.

Jika target pencapaian yang selalu di bawah angka ketentuan tiap tahunnya atau bahkan menurun, maka nama Cirebon sebagai destinasi pariwisata ziarah terancam hilang secara perlahan dan semakin tidak dikenal lagi sehingga sejumlah daya tarik wisata ziarah sebagai wujud manifestasi peninggalan sejarah dan budaya yang sangat bernilai tinggi tersebut hanya akan menjadi tinggalan yang pasif dalam arti tidak bernilai ekonomis. Bagi *stakeholder* dampaknya akan mengalami kerugian secara finansial karena berbagai upaya baik promosi, pengembangan daya tarik wisata, peningkatan mutu SDM pariwisata yang telah dilakukan menghabiskan dana yang sangat besar sementara jumlah kunjungan wisatawan selalu tidak mencapai target bahkan menurun.

Sementara itu upaya-upaya yang dilakukan DISPORBUDPAR Kota Cirebon dan DISBUDPARPORA Kabupaten Cirebon yang sifatnya eksternal belum mampu mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawan nusantara yang datang ke Cirebon.

Sebagaimana dijelaskan oleh I. Gede Pitana tahun 2005, bahwa terdapat banyak faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata, seperti faktor-faktor pendorong (*push factors*) dan faktor-faktor penarik (*pull factors*) yang pada dasarnya merupakan faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan melakukan perjalanan wisata. Faktor pendorong umumnya bersifat sosial-psikologis atau merupakan *person specific motivation*, sedangkan faktor penarik merupakan *destination specific attributes* yang menjadi bagian dari destinasi terkait seperti citra positif, keamanan, atraksi, dan cuaca.

Sejalan dengan teori di atas disebutkan bahwa motivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata terdiri dari faktor pendorong dan penarik. Faktor pendorong yaitu kebutuhan yang bersifat psikologis sedangkan faktor penarik adalah atribut dari destinasi pariwisata tersebut yang di dalamnya termasuk citra sebuah destinasi pariwisata (Josiam, Kinley, dan Kim, 2005)

Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan nusantara yang datang ke daya tarik wisata ziarah di Cirebon disinyalir lebih karena faktor pendorong internal yang ada pada diri wisatawan khususnya yaitu faktor-faktor psikologis. Sedangkan faktor internal lain seperti sosial dan budaya menjadi pertimbangan kedua, dikarenakan kegiatan wisata ziarah lebih

dipengaruhi nilai-nilai spiritual individual yang sifatnya pribadi. Begitu juga dengan faktor penarik seperti citra, fasilitas, atraksi, cuaca, dan keamanan tidak mempengaruhi wisatawan dalam mengunjungi daya tarik wisata ziarah di Cirebon, karena wisatawan lebih mengutamakan nilai spiritual yang diperolehnya dalam perjalanan wisata ziarah dibandingkan berbagai atribut yang terdapat di destinasi pariwisata ziarah di Cirebon.

Faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi wisatawan nusantara tersebut meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, kepribadian, dan sikap yang diadopsi dari Kanuk (2007:7) yang mengatakan bahwa pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh lima faktor psikologis utama yaitu (motivasi, persepsi, pengetahuan, kepribadian, dan sikap)

Motivasi wisatawan yang melatarbelakangi para peziarah untuk melakukan wisata ziarah di daya tarik wisata ziarah di Cirebon adalah berharap bisa memperbaiki (*tune-up*) diri pada tingkat fiskal, spiritual, dan emosional melalui tradisi *tawassul* dan *wasilah* sebagaimana yang banyak dilakukan di kompleks makam Sunan Gunung Jati. Ber-*tawassul* (memohon kepada Allah melalui orang yang diyakini memiliki derajat kemuliaan). Melakukan *tawassul* berarti ingin menjadikan seseorang, seperti para nabi, wali, dan ulama, sebagai *wasilah* (mediator atau perantara) dalam berdoa kepada Allah. Sejalan dengan pemaparan koran *The Sunday Times* (2000) yang mengatakan bahwa motivasi utama di balik wisata rohani adalah untuk pencerahan dan pengayaan spiritual (*the quest for spiritual enlightenment is a prime motivation for travel*). Seperti yang dijelaskan menurut Abu Ahmadi,

setiap manusia memiliki suatu fungsi hidup kejiwaan manusia yang merupakan suatu dorongan bagi dirinya untuk melakukan aktifitas psikis dengan usaha aktif untuk mencapai tujuan (Dikutip dari:<http://digilib.petra.ac.id>)

Informasi baik lisan dan tulisan yang diperoleh wisatawan baik dari keluarga, teman, dan media tentang keberadaan daya tarik wisata peninggalan sejarah dan ziarah terutama keberadaan makam Sunan Gunung Jati (Syarif Hidayatullah) yang merupakan pendiri Cirebon, sebagai salah satu tokoh yang berjasa dalam penyebaran agama Islam di Pulau Jawa khususnya di Cirebon yang tergabung dalam Wali Songo menguatkan persepsi wisatawan bahwa Cirebon merupakan salah satu destinasi wisata ziarah yang patut untuk dikunjungi. Oleh karena itu destinasi pariwisata Cirebon menjadi salah satu destinasi pariwisata ziarah dalam kegiatan Wali Songo *Tour* yang biasa dilakukan oleh wisatawan nusantara (peziarah) dari Indonesia khususnya wisatawan lokal sekitar Cirebon maupun Jawa Tengah dan Jawa Timur yang memiliki keterkaitan sejarah dan budaya dengan kawasan Cirebon.

Persepsi wisatawan dalam mengunjungi destinasi pariwisata ziarah di Cirebon semakin kuat didukung dengan keberadaan bukti-bukti peninggalan kebesaran Kerajaan Islam pada masa pemerintahan Sunan Gunung Jati seperti Keraton-Keraton, Gua Sunyaragi, Masjid Agung, dan keberadaan situs-situs bersejarah seperti makam, sumur, dan masjid yang tersebar di seluruh Kabupaten Cirebon yang dikeramatkan warga setempat. Terdapat 161 situs bersejarah tersebar di 37 kecamatan di Kabupaten Cirebon yang dikeramatkan

masyarakat Cirebon, hal tersebut menguatkan bukti akan keberadaan jelujur sejarah Cirebon beserta faktor-faktor pendukung yang berkembang di masyarakat dari tutur cerita secara turun-temurun di masyarakat Cirebon sekarang.

Faktor pengetahuan juga melatarbelakangi kunjungan wisatawan yang datang ke daya tarik wisata ziarah di Cirebon yaitu dengan bertujuan untuk mengetahui keberadaan peninggalan-peninggalan kebesaran zaman kerajaan di Cirebon seperti Masjid Agung, Keraton, Makam Sunan Gunung Jati, Gua Sunyaragi, dan lainnya serta mempelajari sejarah dan budaya Cirebon khususnya tentang penyebaran agama Islam yang dilakukan oleh Sunan Gunung Jati di Cirebon. Lebih lanjut lagi ada pula yang mempelajari lebih dalam tentang figur Sunan Gunung Jati sebagai manifestasi *ke-tawadhu*-annya terhadap ulama.

Selain yang disebutkan diatas, faktor kepribadian dan sikap juga mempengaruhi kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata ziarah yaitu kebutuhan psikis seperti kebutuhan spiritual yang membuat jiwa nyaman dan tenang pada saat melakukan wisata ziarah di kompleks makam Sunan Gunung Jati, Masjid Agung, dan lainnya. Kebutuhan lainnya seperti rasa senang dan puas menikmati keindahan dan keagungan bangunan peninggalan-peninggalan sejarah seperti di makam Sunan Gunung Jati yang memiliki keunikan di tembok makamnya yaitu terdapat keramik-keramik porselen dari China yang indah sehingga wajar jika ada wisatawan yang datang tidak hanya berdoa atau berziarah namun juga menikmati keindahan. Contoh lain seperti pada daya

tarik wisata Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman, dan Keraton Kacirebonan, Gua Sunyaragi, dan lainnya, bagi beberapa wisatawan yang berkunjung semata hanya untuk menikmati keindahan dan kemegahannya.

Hal tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh N. Collins-Kreiner & N. Kliot tahun 2000 *Pilgrimage Tourism In The Holy Land: The Behavioural Characteristics of Christian Pilgrims* yang menyatakan bahwa motif perjalanan wisata bagi wisatawan pilgrim diantaranya adalah motivasi personal, pengikatan kuat dengan kepercayaan, dan harapan untuk memahami kekuatan spiritual.

Pada dasarnya keputusan untuk melakukan perjalanan wisata sama dengan keputusan pembelian, yaitu mengeluarkan uang untuk mendapatkan kepuasan. Menurut Mathieson dan Wall (1982), proses pengambilan keputusan seorang wisatawan melalui lima fase, yaitu: kebutuhan atau keinginan untuk melakukan perjalanan, pencarian dan penilaian informasi, keputusan melakukan perjalanan wisata, persiapan perjalanan dan pengalaman wisata, dan evaluasi kepuasan perjalanan wisata.

Dalam proses pengambilan keputusan yang dilakukan wisatawan nusantara untuk berkunjung ke daya tarik wisata ziarah di Cirebon banyak dipengaruhi faktor internal salah satunya oleh faktor-faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap. Oleh karena itu DISPORBUDPAR (Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata) Kota Cirebon dan DISBUDPARPORA (Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga) Kabupaten Cirebon sebagai *stakeholder* perlu

melakukan pendekatan perilaku (*behavioural approach*), karena wisatawan disamping bertindak rasional, tetapi lebih mencari kepuasan dibandingkan pengalaman yang optimal. Sehingga melalui pendekatan tersebut diharapkan dapat mengetahui keinginan wisatawan kemudian dapat meningkatkan pelayanan seperti yang diinginkan oleh wisatawan ziarah dalam upaya dalam memaksimalkan jumlah kunjungan wisatawan pada daya tarik wisata ziarah di Cirebon sesuai target pencapaian pertumbuhan wisatawan nusantara.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu diadakan suatu penelitian tentang **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS YANG MEMPENGARUHI WISATAWAN NUSANTARA DALAM MENGUNJUNGI DAYA TARIK WISATA ZIARAH DI DESTINASI PARIWISATA CIREBON”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana gambaran faktor-faktor psikologis wisatawan nusantara di daya tarik wisata ziarah destinasi pariwisata Cirebon
- b. Bagaimana gambaran keputusan wisatawan dalam mengunjungi daya tarik wisata ziarah di destinasi pariwisata Cirebon
- c. Seberapa besar pengaruh faktor-faktor psikologis wisatawan nusantara dalam mengunjungi daya tarik wisata ziarah di destinasi pariwisata Cirebon

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk memperoleh temuan tentang gambaran faktor-faktor psikologis wisatawan nusantara di daya tarik wisata ziarah destinasi pariwisata Cirebon.
- b. Untuk memperoleh temuan tentang gambaran keputusan wisatawan dalam mengunjungi daya tarik wisata ziarah di destinasi pariwisata Cirebon.
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor-faktor psikologis wisatawan nusantara dalam mengunjungi daya tarik wisata ziarah di destinasi pariwisata Cirebon.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah serta memperluas kajian ilmu pemasaran pariwisata, khususnya mengenai faktor-faktor psikologis wisatawan dalam mengunjungi daya tarik wisata ziarah di destinasi pariwisata Cirebon, serta dapat memberikan masukan bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu pemasaran pariwisata.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada DISPORBUDPAR Kota Cirebon dan DISBUDPARPORA Kabupaten Cirebon mengenai pengaruh faktor-faktor psikologis wisatawan nusantara dalam mengunjungi daya tarik wisata ziarah di destinasi pariwisata Cirebon sehingga dapat menjadi bahan informasi pihak terkait dalam upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di seluruh daya tarik wisata ziarah di Cirebon.