



**STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA RELIGI KABUPATEN DEMAK  
MENJADI PUSAT DESTINASI WISATA RELIGI**

**SKRIPSI**

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Sosial pada Universitas Negeri Semarang

Oleh

**Amin Triyanto**

**3312412079**

**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

**JURUSAN POLITIK DAN KEWARGANEGARAAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL**

**UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

**2019**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke Sidang Panitia  
Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Soisal Universitas Negeri Semarang.

Hari :

Tanggal :

Pembimbing Skripsi I

Pembimbing Skripsi II



Moh. Aris Munandar S.Sos, MM

Andi Suhardiyanto S.Pd., M.Si

NIP. 197207242000031001

NIP. 197610112006041002

Mengetahui  
Sekretaris Jurusan PKn  
**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG



Andi Suhardiyanto S.Pd., M.Si

Nip. 197610112006041002

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Sidang Panitia Skripsi Fakultas Ilmu Sosial,  
Universitas Negeri Semarang pada:

Hari :

Tanggal :

Penguji I

Penguji II

Penguji III



Drs. Setiajid, M.Si.  
NIP. 196006231989011001



Moh. Aris Munandar S.Sos.MM.  
NIP. 197207242000031001



Andi Suhardiyanto S.Pd.,M.Si  
NIP. 197610112006041002

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial



Dr. Moh. Solehatul Mustofa, M.A  
NIP. 196303021988031001

## PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis dalam skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya penelitian saya sendiri, bukan jiplakan dari karya penelitian orang lain, sebagian ataupun seluruhnya. Pendapat dan temuan orang lain yang terdapat didalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Semarang, Agustus 2019



amin

Amin Triyanto

3312412079

**UNNES**  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

- ❖ “Perjalanan membawa cinta dan kekuatan kembali pada kehidupan kita.” (Rumi).
- ❖ “Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setelah kita jatuh.” (confusius).
- ❖ “Sesungguhnya beserta kesusahan ada kemudahan maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan kepada Tuhanmulah kamu kembali” (Qs Al- insyiroh : 6-8).

### PERSEMBAHAN

Dengan mengucap puji syukur kepada Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ❖ Kedua orangtua saya yaitu Bapak Sunarso dan Ibu Mustariyatun yang selalu mendoakan tanpa henti untuk kebahagiaan anaknya.
- ❖ Seluruh keluarga besar yang memberikan motivasi dan nasehat agar selalu menjadi manusia yang lebih baik
- ❖ Sahabat semua yang memberikan doa dan dukungan.

## PRAKATA

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Penulismenyadari bahwa dalam penulis skripsi ini tak terlepas dari bantuan tenaga, pikiran dan sarana dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof . Dr. Fatkhur Rokhman, M. Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang
2. Dr. Moh. Solehatul Mustofa, M.A., Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan perizinan penelitian
3. Drs. Tijan M.Si, Ketua Jurusan Politik dan Kewarganegaraan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang
4. Moh. Aris Munandar S.Sos,MM., Dosen pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi.
5. Andi Suhardiyanto S.Pd.,M.Si., Dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi.
6. Drs. Setiajid, M.Si., Dosen Penguji I dalam sidang skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk menguji dan memberikan masukan sehingga penulis dapat menyempurnakan skripsi ini.
7. Ibu Siti Umi Kulsum S.Sos. Selaku Kepala Seksi Pelayanan Informasi Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Demak.

8. Bapak Eko Zaenudin S.Sos. Selaku staff Dinas Pariwisata Kabupaten Demak.

Pihak pihak lainya yang tidak bisa saya sebut satu persatu yang telah membantu penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Penulis menerima kritik dan saran yang membangun serta semoga kedepanya skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Semarang, Agustus 2019

Penulis



**SARI**

**Triyanto, Amin.** 2019. *Strategi Pengembangan Wisata Religi Kabupaten Demak Menjadi Pusat Destinasi Wisata Religi*. Skripsi Jurusan Politik Kewarganegaraan, Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Moh. Aris Munandar S.Sos,MM dan Andi Suhardiyanto S.Pd.,M.Si, 170 Halaman.

**Kata kunci : Strategi Pengembangan, Wisata religi, Analisis SWOT.**

Wisata religi merupakan salah satu sektor pendapatan daerah terbesar di Kabupaten Demak, perlu upaya strategis untuk pengembangan agar dapat menarik lebih banyak wisatawan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana strategi pengembangan wisata religi Kabupaten Demak dengan cara mengidentifikasi komponen pengembangan pariwisata religi menggunakan analisis SWOT.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian campuran model *sequential explanatory*, data responden diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu cara pengambilan berdasarkan kebetulan. Penelitian ini mengambil 40 sampel responden yang merupakan wisatawan atau peziarah obyek wisata religi di Kabupaten Demak. Hasil dari pengisian angket dari responden kemudian diolah menggunakan analisis deskriptif persentase. komponen yang telah dianalisis menggunakan analisis deskriptif persentase selanjutnya diolah ke dalam tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*), masing-masing dari kedua faktor tersebut akan diberikan penilaian bobot dan ratingnya oleh *professional judgedmen* untuk menghasilkan skor. Hasil skor IFAS adalah 1,15 dan skor EFAS 0,9.

Hasil dari penelitian yaitu penilaian terhadap obyek dan daya tarik wisata baik, penilaian pengelolaan rata-rata adalah baik, komponen sarana prasarana baik dan kondisi masyarakat adalah baik. Berdasarkan identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang telah di analisis didapatkan hasil yang tertuang dalam tabel matrik SWOT yakni strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WO.

Kesimpulan yang diperoleh dari potensi dan komponen wisata yang ada dikategorikan cukup baik. Strategi yang mendesak untuk segera dilaksanakan adalah strategi jangka pendek yang diperoleh dengan cara meningkatkan kekuatan dan mengoptimalkan peluang yakni dengan memanfaatkan *landmark* sebagai icon wisata, menambah variasi obyek wisata religi, mengoptimalkan peran serta masyarakat dalam promosi, bekerjasama dengan agen-agen perjalanan, melengkapi sarana prasarana serta membuat aplikasi *mobile official* khusus wisata religi Kabupaten Demak.

Saran dalam penelitian ini adalah wisata religi Kabupaten Demak harus meningkatkan kualitas komponen pariwisata yang dimilikinya dan membuat sebuah rencana pengembangan yang jelas sehingga dapat menarik dan meningkatkan kunjungan wisatawan.

## DAFTAR ISI



PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
PRAKATA.....	vi
SARI .....	viii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Peneliatian.....	5
E. Batasan Istilah .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR</b>	
A. Deskripsi Teoritis .....	7
1. Pariwisata .....	7
2. Wisata Religi.....	10
3. Obyek Wisata .....	12
4. Komponen-komponen Parwisata .....	12

5. Persepsi.....	16
6. Pengembangan Pariwisata.....	18
7. Perencanaan Strategis.....	19
8. Analisis SWOT .....	20
9. Penelitian yang Relevan.....	21
B. Kerangka Berpikir.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Metode Penelitian.....	25
B. Lokasi Penelitian.....	26
C. Fokus Penelitian.....	26
D. Populasi dan Sampel .....	27
1. Populasi.....	27
2. Sampel.....	28
E. Indikator Penelitian.....	28
F. Sumber Data Penelitian.....	30
1. Sumber Data Primer.....	30
2. Sumber Data Sekunder.....	30
G. Metode Pengumpulan Data.....	31
H. Teknik Analisis Data.....	34
I. Prosedur Penelitian.....	41

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum.....	44
1. Letak Geografis.....	44
2. Letak Administratif.....	45
3. Geologi Dan Topografi.....	47
4. Karakteristik Kependudukan.....	48
5. Karakteristik Dan Sarana Pelayanan Sosial.....	50
6. Karakteristik Sosial Ekonomi.....	52
7. Potensi Daya Tarik Wisata Religi.....	53
B. Hasil Penelitian.....	58
1. Faktor-Faktor Internal dan Eksternal Pengembangan Wisata Religi Kabupaten Demak.....	58
2. Strategi Pengembangan Wisata Religi Kabupaten Demak.....	111
C. Pembahasan Penelitian.....	116
1. Faktor-Faktor Internal dan Eksternal Pengembangan Wisata Religi Kabupaten Demak.....	116
2. Strategi Pengembangan Wisata Religi Kabupaten Demak.....	125
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	128
B. Saran.....	130
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	131
<b>LAMPIRAN</b> .....	134

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Peta administrasi Kabupaten Demak.....45



**DAFTAR TABEL**

Data kunjungan wisatawan 1.1 .....	3
Kerangka berpikir 2.1 .....	24
Alternatif jawaban 3.1 .....	35
Kriteria penilaian pengembangan wisata 3.2 .....	37
Tabel 3.3 Matrik analisis SWOT .....	41
Tabel 4.1 Luas Wilayah Kecamatan di Kabupaten Demak .....	46
Tabel 4.2 Jumlah Penduduk Kab. Demak .....	49
Tabel 4.3 Responden Wisatawan Menurut Jenis Kelamin .....	58
Tabel 4.4 Responden Menurut Usia .....	59
Tabel 4.5 Responden Menurut Asal Daerah .....	60
Tabel 4.6 Responden Menurut Jenis Pekerjaan .....	61
Tabel 4.7 Jenis Wisata Pilihan Responden .....	61
Tabel 4.8 Persepsi Terhadap Pengembangan Wisata Religi .....	62
Tabel 4.9 Persepsi Terhadap Kondisi Landmark .....	64
Tabel 4.10 Persepsi Terhadap Variasi Bangunan Wisata Religi .....	65
Tabel 4.11 Persepsi Terhadap Kondisi Bangunan .....	66
Tabel 4.12 Persepsi Terhadap Variasi Situs Pemakaman .....	67
Tabel 4.13 Persepsi Terhadap Kondisi Situs Pemakaman .....	68
Tabel 4.14 Persepsi Terhadap Jumlah Event Wisata Religi .....	69
Tabel 4.15 Persepsi Terhadap Tingkat Keamanan .....	71
Tabel 4.16 Persepsi Terhadap Kebersihan Obyek Wisata .....	72
Tabel 4.17 Persepsi Terhadap Efektivitas Media Promosi .....	73

Tabel 4.18 Persepsi Terhadap Harga Komoditas.....	74
Tabel 4.19 Persepsi Terhadap Biaya Masuk Lokasi Wisata.....	75
Tabel 4.20 Persepsi Terhadap Akses Informasi.....	76
Tabel 4.21 Persepsi Terhadap Keberadaan Pemandu Wisata.....	77
Tabel 4.22 Persepsi Responden Terhadap Tingkat Kenyamanan.....	78
Tabel 4.23 Persepsi Terhadap Integrasi Obyek Wisata.....	79
Tabel 4.24 Persepsi Terhadap Ketersediaan Moda Transportasi.....	81
Tabel 4.25 Persepsi Terhadap Biaya Transportasi.....	82
Tabel 4.26 Persepsi Kemudahan Akses Menuju Obyek Wisata.....	83
Tabel 4.27 Persepsi Terhadap Jumlah Fasilitas Akomodasi.....	84
Tabel 4.28 Persepsi Terhadap Kondisi Fasilitas Akomodasi.....	85
Tabel 4.29 Persepsi Tingkat Ketersediaan Jumlah Rumah Makan.....	86
Tabel 4.30 Persepsi terhadap Keberadaan Fasilitas Oleh-oleh.....	87
Tabel 4.31 Persepsi Terhadap Keterbukaan Masyarakat.....	88
Tabel 4.32 Persepsi Sikap Masyarakat Terhadap Lingkungan.....	89
Tabel 2.33 Persepsi Terhadap Tingkat Keramahan Penduduk.....	90
Tabel 4.34 Persepsi Sikap Tolong Menolong Masyarakat.....	90
Tabel 4.35 IFAS ( <i>Internal Factor Analysis Summary</i> ).....	106
Tabel 4.36 EFAS ( <i>Eksternal Factor Analysis Summary</i> ).....	109
Tabel 4.37 Matriks SWOT.....	112

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Kuesioner.....	135
Lampiran 2 Pedoman Wawancara.....	139
Lampiran 3 Hasil Wawancara.....	140
Lampiran 4 Pedoman Observasi.....	143
Tabulasi 5 Data Tabulasi Penelitian.....	144
Lampiran 6 Data Kunjungan Wisatawan.....	146
Lampiran 7 Frekuensi Jawaban Responden.....	147
Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian.....	163

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional, sedangkan pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan, berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional dan global.

Pariwisata di Indonesia tidak hanya terbatas pada wisata alam saja, perkembangan dunia pariwisata saat ini telah mengalami berbagai perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan, serta dorongan seseorang untuk melakukan perjalanan, peradaban Islam yang sudah sejak lama mengakar kuat pada masyarakat secara tidak langsung berpengaruh besar pada aspek kehidupan bangsa, baik dari segi pendidikan, politik, seni, ekonomi, yang saling memiliki keterkaitan dan membentuk suatu kebudayaan peradaban islam, Hal ini dapat dibuktikan dengan beberapa catatan sejarah, keberadaan kebudayaan dan situs peninggalan peradaban islam hingga sekarang, jejak-jejak peninggalan peradaban inilah yang kemudian menjadi cikal bakal terwujudnya potensi wisata religi islam.



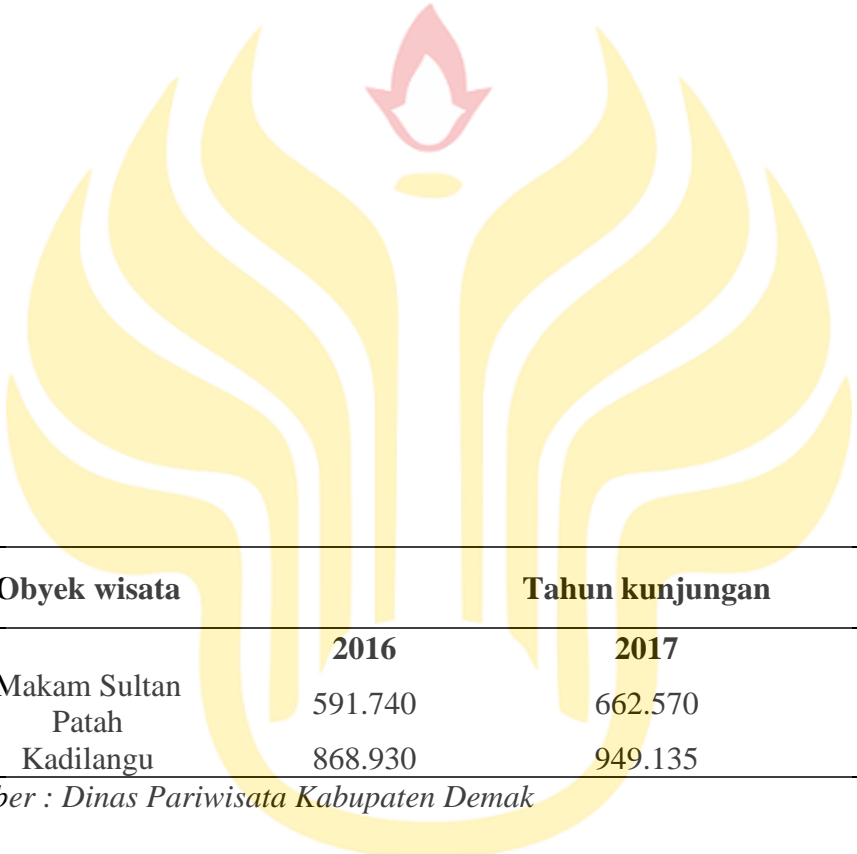
Wisata religi sudah menjadi kebutuhan rohani bagi penganut agama-agama yang ada di dunia. Pemahaman mengenai kegiatan ziarah ke tempat-tempat suci tidak hanya sebagai wujud pelaksanaan ajaran agama semata, namun sudah menjadi budaya bersifat rutin yang harus dilakukan dalam kurun waktu tertentu.

Kreiner (2015) menyimpulkan “tidak semua hal hal yang berbau religius selalu berkaitan dengan situs situs fisik ataupun tempat ibadah, situs situs religius berkembang dalam kegiatan budaya masyarakat seperti atraksi-atraksi, musik ataupun kegiatan hiburan yang lain yang memiliki makna keagamaan saat ini atau masa lalu”.

Menurut Menteri Pariwisata Arif Yahya, Indonesia memiliki potensi pariwisata berbasis religi yang sangat lengkap dan diakui oleh dunia. Komposisi populasi berdasarkan pemeluk agama selain membentuk segmen wisatawan berbasis religi, juga akan membentuk karakteristik destinasi wisata religi berbasis kewilayahan. (Winda, 2016).

Daya tarik wisata religi terdapat pada keinginan manusia tersebut untuk mengenali dan mendalami apa yang mereka percaya. Wisata religi didasari oleh keinginan dan kepercayaan sehingga faktor keindahan atau faktor lain yang biasanya menarik wisatawan untuk hadir pada daerah wisata, hanya bernilai atau memiliki andil lebih sedikit dari keinginan dan kepercayaan setiap manusia..

Kabupaten Demak merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang menyandang predikat sebagai pusat penyebaran agama Islam pertama di pulau Jawa, dengan predikat tersebut, dipastikan kabupaten ini banyak memiliki



Obyek wisata	Tahun kunjungan		
	2016	2017	2018
Makam Sultan Patah	591.740	662.570	665.805
Kadilangu	868.930	949.135	994.215

*Sumber : Dinas Pariwisata Kabupaten Demak*

Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata religi *iconic* Kabupaten Demak dalam tiga tahun terakhir mengalami kenaikan. Selain 2 *iconic* wisata religi tersebut, Daerah ini juga memiliki Makam waliyullah Mbah Mudzakkir yang beberapa tahun terakhir menjadi salah kunjungan destinasi favorit wisatawan religi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengembangan potensi pariwisata khusus yang dimiliki Kabupaten Demak perlu dikembangkan, sehingga dapat memberikan peluang besar bagi peningkatan pendapatan masyarakat dan daerah.

Visi misi arah pembangunan Kabupaten Demak tahun 2006-2025 menyatakan:

“Sektor pariwisata perlu dikembangkan secara lebih profesional sehingga mampu mendorong kegiatan ekonomi daerah, meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, perluasan kesempatan kerja serta menjaga kelestarian budaya.

Arahan pengembangan pariwisata daerah Kabupaten Demak menjadi pusat destinasi wisata religi mengacu pada kondisi faktual yang berupa potensi dan masalah wisata daerah tersebut. Beberapa strategi pengembangan pariwisata telah dilakukan pemerintah daerah Kabupaten Demak, namun strategi tersebut, belum mampu memberikan dampak serta kemajuan yang signifikan. Salah satu strategi yang seharusnya dipakai dalam upaya mengoptimalkan potensi kepariwisataan Kabupaten Demak adalah dengan cara penjaring persepsi tentang pengembangan pariwisata kepada wisatawan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis terdorong untuk mengadakan penelitian guna mengetahui strategi pengembangan pariwisata Kabupaten Demak menjadi pusat destinasi wisata religi.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut.

1. Faktor-faktor internal dan eksternal apakah dalam pengembangan wisata religi di Kabupaten Demak?
2. Strategi apakah yang tepat untuk mengembangkan wisata religi di Kabupaten Demak?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan faktor-faktor internal dan eksternal dalam pengembangan wisata religi di Kabupaten Demak.
2. Mendapatkan strategi yang tepat untuk mengembangkan Kabupaten Demak sebagai pusat destinasi wisata religi.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis, memberikan pengetahuan, wawasan, pemahaman, dan informasi bagi mahasiswa, khususnya mengenai pengembangan pariwisata religi.

2. Manfaat Praktis,
  - a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah khasanah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan disiplin ilmu kebijakan publik, khususnya dalam studi rekomendasi kebijakan publik.

- b. Bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Demak

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau rekomendasi bagi pengambil kebijakan di lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Demak, sehingga pariwisata dapat lebih berkembang dan menjadi salah satu sektor yang mampu memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

## **E. Batasan Istilah**

Untuk menghindari adanya penafsiran yang berbeda serta mewujudkan pandangan dan pengertian yang berhubungan dengan judul penelitian yang penulis ajukan, maka perlu ditegaskan istilah-istilah berikut :

### **1. Strategi**

Strategi merupakan sebuah konsep gagasan dengan pendekatan yang dilakukan secara sistematis untuk mengusahakan atau mendapatkan sesuatu yang ingin dicapai. Dalam penelitian ini strategi diperlukan untuk menganalisis faktor-faktor komponen pengembangan pariwisata religi Kabupaten Demak.

### **2. Wisata Religi**

Merupakan jenis wisata yang tujuan utamanya berkaitan dengan unsur keagamaan. Wisata religi dalam penelitian ini adalah bangunan atau pagelaran kebudayaan yang berkaitan dengan unsur keislaman.

### **3. Destinasi**

Destinasi merupakan suatu wilayah yang memiliki batas teritori berupa luas wilayah dan aturan hukum tertentu, yang dikunjungi dalam waktu yang cukup signifikan oleh individu atau sekelompok orang selama perjalanan, dibandingkan dengan tempat lain yang dilalui selama perjalanan. Dalam penelitian ini yang dimaksudkan dengan destinasi adalah satu wilayah administratif Kabupaten Demak dengan ciri khas potensi wisata yang dimilikinya yakni adalah wisata religi.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

#### A. Deskripsi Teoritis

##### 1. Pariwisata

Hunziker and Krapf dalam Kohdyat (1996:3) mengatakan bahwa pariwisata adalah keseluruhan fenomena dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia diluar tempat tinggalnya. Dengan maksud bukan untuk tinggal menetap (di tempat yang disinggahinya) dan tidak berkaitan dengan pekerjaan yang berkaitan dengan upah.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, menyatakan bahwa yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- b. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha bidang pariwisata, pengelola dan Pemerintah Daerah.

- c. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Suwantoro (2004:14) terdapat beberapa macam perjalanan wisata bila ditinjau dari berbagai macam segi, yaitu :

- a. Dari segi jumlahnya, wisatawan dibedakan atas:
- 1) *Individual Tour* (wisatawan perorangan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu orang atau sepasang suami-isteri.
  - 2) *Family Group Tour* (wisata keluarga), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain.
  - 3) *Group Tour* (wisata rombongan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan bersama-sama dengan dipimpin oleh seorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan anggotanya. Biasanya paling sedikit 10 orang, dengan dilengkapi diskon dari perusahaan principal bagi orang yang kesebelas. Potongan ini berkisar antara 25 hingga 50 % dari ongkos penginapan atau penerbangan.
- b. Dari segi kepengaturannya, wisata dibedakan atas:
- 1) *Pra-arranged Tour* (wisata berencana), yaitu suatu perjalanan wisata yang jauh hari sebelumnya telah diatur segala sesuatunya, baik transportasi, akomodasi maupun obyek-obyek yang akan dikunjungi.
  - 2) *Package Tour* (paket wisata), yaitu perusahaan Biro Perjalanan Wisata yang telah bekerja sama menyelenggarakan paket wisata yang mencakup biaya perjalanan, hotel, ataupun fasilitas lainnya yang merupakan suatu komposisi perjalanan yang disusun guna memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan perjalanan wisata.
  - 3) *Coach Tour* (wisata terpimpin), yaitu suatu paket perjalanan ekskursi yang dijual oleh biro perjalanan dengan dipimpin oleh seorang pemandu wisata dan merupakan perjalanan wisata yang dilakukan secara rutin, dalam jangka waktu yang telah ditetapkan dan dengan rute perjalanan yang tertentu pula.
  - 4) *Special Arranged Tour* (wisata khusus), yaitu suatu perjalanan wisata yang disusun secara khusus guna memenuhi permintaan seorang langganan atau lebih sesuai keinginannya.

- 5) *Optional Tour* (wisata tambahan), yaitu suatu perjalanan wisata tambahan di luar pengaturan yang telah disusun dan diperjanjikan pelaksanaannya, yang dilakukan atas permintaan pelanggan.
- c. Dari segi maksud dan tujuan, wisata dibedakan atas:
- 1) *Holiday Tour* (wisata liburan), yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan dan diikuti oleh anggotanya guna berlibur, bersenang-senang, dan menghibur diri.
  - 2) *Familiarization Tour* (wisata pengenalan), yaitu suatu perjalanan yang dimaksudkan guna mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya.
  - 3) *Educational Tour* (wisata pendidikan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan ataupun pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjunginya.
  - 4) *Scientific Tour* (wisata pengetahuan), yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan dan penyelidikan terhadap sesuatu bidang ilmu pengetahuan.
  - 5) *Pilgrimage Tour* (wisata keagamaan), yaitu perjalanan wisata yang dimaksudkan guna melakukan ibadah keagamaan.
  - 6) *Special Mission Tour* (wisata kunjungan khusus), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan dengan maksud khusus, misalnya misi dagang, kesenian, dan lain-lain.
  - 7) *Hunting Tour* (wisata perburuan), yaitu suatu kunjungan wisata yang dimaksudkan untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diijinkan oleh penguasa setempat sebagai hiburan semata.
- d. Dari segi penyelenggarannya, wisata dibedakan atas:
- 1) *Excursion*, yaitu suatu perjalanan wisata jarak pendek yang ditempuh kurang dari 24 jam guna mengunjungi satu atau lebih obyek wisata.
  - 2) *Safari Tour*, yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan secara khusus dengan perlengkapan maupun peralatan khusus yang tujuan maupun obyeknya bukan merupakan obyek wisata pada umumnya.
  - 3) *Cruise Tour*, yaitu perjalanan wisata dengan menggunakan kapal pesiar mengunjungi obyek-obyek wisata bahari dan obyek wisata di darat dengan menggunakan kapal pesiar sebagai basis pemberangkatannya.
  - 4) *Youth Tour* (wisata remaja), yaitu kunjungan wisata yang diselenggarakan khusus bagi para remaja menurut golongan umur yang ditetapkan negara masing-masing.
  - 5) *Marine Tour* (wisata bahari), yaitu suatu kunjungan ke obyek wisata khususnya untuk menyaksikan keindahan lautan wreck-diving (menyelam) dengan perlengkapan selam lengkap.



## 2. Wisata Religi

Suparlan (1981: 87) menyatakan bahwa religi (keagamaan) sebagai sistem kebudayaan. Pada hakekatnya agama adalah sama dengan kebudayaan, yaitu suatu sistem simbol atau suatu sistem pengetahuan yang menciptakan, menggolong-golongkan, meramu atau merangkaikan dan menggunakan simbol, untuk berkomunikasi dan untuk menghadapi lingkungannya. Sedangkan menurutnya kebudayaan adalah keseluruhan pengetahuan yang dimiliki oleh manusia sebagai makhluk sosial, yang isinya adalah perangkat-perangkat, model-model pengetahuan yang secara selektif dapat digunakan untuk memahami dan menginterpretasikan lingkungan yang dihadapi dan untuk mendorong dan menciptakan tindakantindakan yang diperlukannya.

Soetomo dalam Febrianus (2013 : 20) mengungkapkan bahwa pengertian religi sebagai keyakinan seseorang terhadap sesuatu yang berhubungan dengan ketuhanan. Untuk itu wisata religi dapat dijadikan sebagai sebuah media bagi masyarakat untuk lebih meyakini keyakinannya atau sekedar membuktikan keyakinannya.

Mappi (2001:9) memiliki pandangan yang lebih meluas yang menyatakan bahwa wisata religi adalah merupakan jenis wisata dimana maksud atau motivasi utamanya adalah melakukan perjalanan atau kunjungan ke suatu tempat untuk hal-hal yang berkaitan dengan keagamaan.

Pada Perpres RI No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional pasal 14 ayat 1 menjelaskan bahwa Daya Tarik Wisata meliputi, Daya Tarik Wisata alam, budaya dan hasil buatan manusia.

Daya Tarik Wisata hasil buatan manusia dikembangkan dalam berbagai sub jenis atau kategori kegiatan wisata, satu darinya ialah wisata religi (*religious tourism/ pilgrimage tourism*). Sedangkan Daya Tarik Wisata diartikan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Secara substansial, wisata religi adalah perjalanan keagamaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan aspek spiritual, agar jiwa yang kering kembali basah oleh hikmah-hikmah religi. obyek wisata religi memiliki cakupan yang sangat luas, meliputi setiap tempat yang bisa menggairahkan cita rasa religiusitas yang bersangkutan, obyek wisata religi menekankan pada keunikan, keindahan dan nilai religi. Seperti mengunjungi masjid, peninggalan bangunan bersejarah yang bernilai religi, ziarah dan lain-lain.

Wisata religi perlu dikembangkan di era globalisasi yang nilai dan kebiasaan kultural semakin pudar. Diaktualisasikan kembali dalam pengetahuan dan wawasan. Arti penting wisata religi bukan hanya bersenang-senang dan mencari hiburan saja, artinya bersenang-senang dan cari hiburan diperbolehkan dan halal tetapi yang lebih penting adalah memperluas wawasan spiritual untuk meyakini suatu kepercayaan dan keagamaan, seperti mengunjungi tempat rekreasi atau makam orang saleh sebagai wisata rohani atau wisata spiritual.

### 3. Obyek wisata

Tempat wisata atau obyek wisata adalah sebuah tempat rekreasi atau tempat berwisata. Obyek wisata biasanya berupa wisata alam/lingkungan seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut, atau berupa obyek wisata bangunan seperti museum, situs peninggalan sejarah, dan sebagainya.

Obyek wisata yang mempunyai unsur fisik lingkungan berupa tumbuhan, satwa, geomorfologi, tanah, air, udara, dan lain sebagainya serta suatu atribut dari lingkungan yang menurut anggapan manusia memiliki nilai tertentu seperti keindahan, keunikan. Kelangkaan, kekhasan, keragaman, bentangan alam, dan keutuhan.

Spillane (1998:86) mengungkapkan unsur-unsur yang harus ada dalam kawasan wisata adalah :

1. Atraksi
2. Fasilitas
3. Infrastruktur atau sarana prasarana
4. Kenyamanan
5. Transportasi

### 4. Komponen- komponen Pariwisata

Analisis sistem pariwisata tidak terlepas dari segmen pasar pariwisata karena segmen pasar pariwisata merupakan spesifikasi bentuk dari pariwisata yang dapat berfungsi sebagai bentuk khusus pariwisata. Hal ini terkait dengan output akhir yang diharapkan oleh wisatawan yaitu kepuasan akan obyek wisata yang dihasilkan. Untuk mewujudkan sistem pariwisata yang diinginkan,

maka diperlukan beberapa komponen pariwisata. Menurut Inskeep (1991:38), di berbagai macam literatur dimuat berbagai macam komponen wisata. Namun ada beberapa komponen wisata yang selalu ada dan merupakan komponen dasar dari wisata. Komponen-komponen tersebut saling berinteraksi satu sama lain. Komponen-komponen wisata tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut :

a. Atraksi dan kegiatan-kegiatan wisata.

Kegiatan-kegiatan wisata yang dimaksud berupa semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan suatu daerah dan kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan kegiatan wisata yang menarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah obyek wisata.

b. Akomodasi.

Akomodasi yang dimaksud adalah berbagai macam hotel dan berbagai jenis fasilitas lain yang berhubungan dengan pelayanan untuk para wisatawan yang berniat untuk bermalam selama perjalanan wisata yang mereka lakukan.

c. Fasilitas dan pelayanan wisata.

Fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata. Fasilitas tersebut termasuk *tour and travel operations* (disebut juga pelayanan penyambutan). Fasilitas tersebut misalnya, restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko-toko untuk menjual hasil kerajinan tangan, cinderamata, toko-toko khusus, toko kelontong, bank, tempat penukaran

uang dan fasilitas pelayanan keuangan lainnya, kantor informasi wisata, pelayanan pribadi (seperti salon kecantikan), fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum (termasuk kantor polisi dan pemadam kebakaran), dan fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar (seperti kantor imigrasi dan bea cukai).

d. Fasilitas dan pelayanan transportasi.

Meliputi transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata, transportasi internal yang menghubungkan atraksi utama kawasan wisata dan kawasan pembangunan, termasuk semua jenis fasilitas dan pelayanan yang berhubungan dengan transportasi darat, air, dan udara.

e. Infrastruktur lain.

Infrastruktur yang dimaksud adalah penyediaan air bersih, listrik, drainase, saluran air kotor, telekomunikasi (seperti telepon, telegram, telex, faksimili, dan radio).

f. Elemen kelembagaan.

Kelembagaan yang dimaksud adalah kelembagaan yang diperlukan untuk membangun dan mengelola kegiatan wisata, termasuk perencanaan tenaga kerja dan program pendidikan dan pelatihan; menyusun strategi marketing dan program promosi; menstrukturisasi organisasi wisata sektor umum dan swasta; peraturan dan perundangan yang berhubungan dengan wisata; menentukan kebijakan penanaman modal bagi sektor publik dan swasta; mengendalikan program ekonomi, lingkungan, dan sosial kebudayaan.

## 5. Persepsi

Persepsi adalah proses yang digunakan individu dalam mengelola dan menafsirkan kesan indera mereka dalam rangka memberikan makna kepada lingkungan mereka, meskipun demikian apa yang dipersepsikan dapat berbeda dari kenyataan obyektif. Persepsi juga dapat didefinisikan sebagai interpretasi terhadap berbagai sensasi sebagai representasi dari obyek-obyek eksternal. Untuk itu bisa dijelaskan bahwa persepsi merupakan pengetahuan tentang apa yang dapat ditangkap oleh panca indera. Suatu tindakan persepsi mensyaratkan kehadiran obyek eksternal untuk dapat ditangkap oleh indera. Dalam hal perspektif terhadap diri pribadi, kehadirannya sebagai obyek eksternal mungkin kurang nyata tapi keberadaannya jelas dapat dirasakan. Selain itu persepsi juga timbul karena adanya informasi untuk diinterpretasikan. Informasi yang dimaksud di sini adalah segala sesuatu yang diperoleh melalui sensasi atau indera.

Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan, yaitu proses berwujud diterimanya rangsangan oleh individu melalui alat reseptornya (alat inderanya). Namun proses ini tidak berhenti sampai disitu saja, melainkan rangsangan itu diteruskan ke pusat susunan saraf yaitu otak dan terjadilah proses psikologi sehingga individu akan menyadari apa yang dilihat, yang didengar dan sebagainya (Walgito, 1990 dalam Luh Putu Emi, 2002 : 57).

Hamner dan Organ dalam Luh Putu Emi (2002:45) menyatakan bahwa persepsi adalah : “suatu proses dimana seseorang mengorganisasikan dalam pikirannya, menafsirkan, mengalami dan memperoleh petanda atau segala

sesuatu yang terjadi di lingkungannya”. Jadi persepsi adalah dasar proses psikologis. Agar individu dapat mengadakan persepsi ada beberapa syarat yang perlu dipenuhi, yaitu :

1. Perhatian, merupakan syarat psikologis dalam individu mengadakan persepsi yang merupakan langkah persiapan. Perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh individu yang ditunjukkan pada suatu kelompok obyek.
2. Adanya obyek yang dipersepsi, menimbulkan rangsangan mengenai alat inderanya (reseptor).
3. Alat indera (reseptor) yaitu alat untuk menerima rangsangan. Jadi dengan demikian persepsi merupakan suatu aktivitas individu untuk mengenali suatu obyek melalui alat inderanya yang kemudian diteruskan ke otak sehingga individu dapat memberikan tanggapan terhadap obyek tersebut dengan sadar.

## **6. Pengembangan Pariwisata**

Pemerintah saat ini mulai mencari salah satu sektor yang dapat digunakan sebagai alat untuk menanggulangi kemiskinan. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang mulai diperhitungkan untuk menangani masalah kemiskinan. Maka dari itu, pemerintah harus terus membuat kebijakan dalam mengembangkan pariwisata sehingga dapat meningkatkan perekonomian daerah dan nasional.

Kebijakan pengembangan destinasi pariwisata Indonesia tahun 2007- 2014 menyatakan bahwa keberhasilan pembangunan pariwisata sangat didukung oleh pengembangan destinasi pariwisata secara profesional, terpadu secara

sektoral dan kewilayahan, memiliki konsep yang jelas, didukung oleh sistem jasa dan layanan yang handal serta diperkuat oleh sistem dan strategi pemasaran yang aktif, terfokus dan terpadu, dan peran seluruh *stakeholders*.

Direktorat Jenderal Pariwisata Republik Indonesia, menyatakan bahwa berkembangnya pariwisata sangat tergantung pada empat faktor yaitu:

- a. *Attraction* (daya tarik) dapat dibedakan menjadi :
  - 1) *Site attractions* (tempat , misalnya tempat dengan pemandangan indah atau tempat bersejarah)
  - 2) *Event attractions* (kejadian/peristiwa, misalnya pameran dan festival)
- b. *Aminities* (fasilitas) yaitu tersediannya fasilitas seperti tempat penginapan, restoran, hiburan, transport lokal yang memungkinkan wisatawan bepergian ke tempat wisata serta alat-alat lain untuk komunikasi.
- c. *Accessibility* (kemudahan dalam mencapai) adalah tempat yang tidak terlalu jauh, tersedianya transportasi yang mudah dan nyaman.
- d. *Tourist organization* (organisasi pariwisata) untuk menyusun suatu kerangka pengembangan pariwisata serta mempromosikan daerah itu sehingga dikenal orang.

Yoeti (2006:117) mengemukakan bahwa untuk menjadikan suatu daerah tujuan wisata yang dapat menarik wisatawan, harus memiliki syarat sebagai berikut :

- a. Daerah itu harus mempunyai faktor "*something to see*" yang artinya harus ada obyek wisata dan atraksi wisata yang dapat dilihat dan berbeda dengan daerah lain.
- b. Daerah tersebut harus memiliki faktor "*something to do*" yang artinya harus ada sesuatu yang dapat dilakukan untuk keperluan wisatawan salah satunya harus tersedia fasilitas ditempat obyek wisata.
- c. Daerah tersebut harus memiliki faktor *What to arrived*, di dalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi obyek wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan, dan berapa lama tiba ketempat tujuan wisata tersebut.
- d. Daerah itu harus memiliki *What to stay*, bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur di obyek wisata itu. Diperlukan penginapan-penginapan.



- e. Daerah itu harus mempunyai faktor “*what to buy*” yang artinya harus tersedia fasilitas untuk keperluan wisatawan dapat berbelanja barang kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh.

Pembangunan pariwisata memerlukan kebijakan dan perencanaan yang sistematis. Sebagai contoh, pemerintah pada semua level terlibat secara penuh dalam mempersiapkan infrastruktur, penggunaan tanah dan tata ruang, dan sebagainya. Untuk tercapainya sebuah perencanaan yang sistematis diperlukan sebuah proses perencanaan strategis.

Langkah pokok strategi pengembangan pariwisata yaitu:

- a. jangka pendek dititik-beratkan pada optimasi, terutama untuk:
  - 1) Mempertajam dan memantapkan citra kepariwisataan,
  - 2) Meningkatkan mutu tenaga kerja,
  - 3) Meningkatkan kemampuan pengelolaan,
  - 4) Memanfaatkan produk yang ada,
  - 5) Memperbesar saham dari pasar pariwisata yang telah ada.
- b. Dalam jangka menengah dititik-beratkan pada konsolidasi, terutama dalam:
  - 1) Memantapkan citra kepariwisataan Indonesia,
  - 2) Mengkonsolidasikan kemampuan pengelolaan,
  - 3) Mengembangkan dan diversifikasi produk,
  - 4) Mengembangkan jumlah dan mutu tenaga kerja,
- c. Dalam jangka panjang dititik-beratkan pada pengembangan dan penyebaran dalam:
  - 1) Pengembangan kemampuan pengelolaan,

- 2) Pengembangan dan penyebaran produk dan pelayanan,
- 3) Pengembangan pasar pariwisata baru,
- 4) Pengembangan mutu dan jumlah tenaga kerja (Suwantoro, 1997:55).

## 7. Perencanaan Strategis

Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang membuat sebuah organisasi mencapai tujuannya (David, 2009 : 4). Istilah manajemen strategis sering disebut juga dengan perencanaan strategis.

Proses manajemen strategis didasarkan pada keyakinan bahwa setiap organisasi harus terus memantau berbagai informasi internal dan eksternal, sehingga perusahaan mampu bertahan dengan melakukan berbagai perubahan. Manajemen strategis membantu organisasi untuk beradaptasi secara efektif terhadap perubahan jangka panjang (David, 2009 : 10).

Rangkuti (1997:43) mengungkapkan tahapan proses penyusunan perencanaan strategis, yaitu :

- a. Tahap pengumpulan data.
- b. Tahap analisis.

Beberapa model kuantitatif perumusan strategi yaitu :

- 1) Matriks SWOT
- 2) Matriks Internal-Eksternal

- c. Tahap pengambilan keputusan.

## 8. Analisis SWOT

*Strengths, Weaknesses, Opportunity, and Threats* strategis yang digunakan adalah metode perencanaan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai sebuah tujuan tersebut (Wikipedia Indonesia, 2009).

Yoeti (1995:135) memaparkan bagaimana analisis SWOT dalam rencana pengembangan pariwisata adalah sebagai berikut:

- a. *Strength* (Kekuatan)

Mengetahui kekuatan pariwisata suatu wilayah, maka akan dapat dikembangkan sehingga mampu dipertahankan dalam pasar dan mampu bersaing atau pengembangan selanjutnya. Dalam hal ini, kekuatan dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk meraih peluang.

- b. *Weakness* (kelemahan)

Segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi sektor pariwisata. Pada umumnya, kelemahan-kelemahan yang dapat teridentifikasi adalah kurangnya promosi, jeleknya pelayanan, kurang profesionalnya pelaksana pariwisata di lapangan, terbatasnya kendaraan umum menuju obyek wisata.

- c. *Opportunity* (kesempatan)

Semua kesempatan yang ada sebagai akibat kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku, atau kondisi perekonomian.

d. Threats (Ancaman)

Ancaman dapat berupa hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi pariwisata, seperti peraturan yang tidak memberikan kemudahan dalam berusaha, rusaknya lingkungan, dan lain sebagainya.

Analisis SWOT ini menghasilkan suatu alternatif pengembangan usaha atau menghindari ancaman. Ada dua hal yang mempengaruhi yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Internal meliputi kekuatan yang menjadi potensi dan kelemahan yang menjadi kendala, sedangkan eksternal meliputi peluang yang menjadi kesempatan dan tantangan yang menjadi penghambat.

## 9. Penelitian yang Relevan

1. Fatimah, Siti. Strategi Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Religi (Studi Kasus Di Makam Mbah Mudzakir Sayung Demak). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh pihak terkait baik pengelola maupun pemerintah (*stakeholder*) guna mengembangkan obyek daya tarik wisata di tempat tersebut. Penelitian dilakukan dengan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan manajemen dakwah, sedangkan spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif Secara keseluruhan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan wisata religi di makam Mbah Mudzakir sudah berjalan cukup baik dengan faktor pendukung dalam mengembangkan obyek wisata religi ini berasal dari masyarakat ataupun

instansi pemerintah maupun pengelola. Terdapat perbedaan spesifik dari skripsi penulis dengan skripsi yang disebutkan yaitu skripsi acuan berfokus pada masalah pengembangan satu area destinasi wisata religi sedangkan penulis memiliki target penelitian wisata religi pada satu wilayah kota.

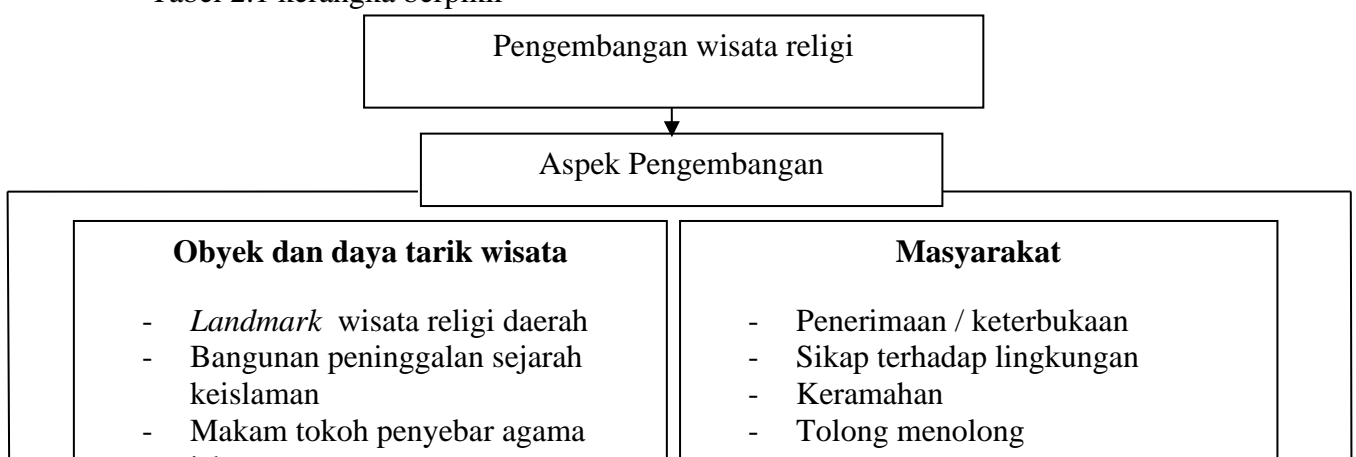
2. Probawati, Niken Ayu dkk. Identifikasi Faktor Penentu Pengembangan Obyek Wisata Di Kabupaten Demak. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode *Analytical Hierarki Proses (AHP)*, yaitu metode untuk memecahkan suatu situasi yang kompleks tidak terstruktur kedalam beberapa komponen dalam susunan yang hirarki, dengan memberi nilai subjektif tentang pentingnya setiap variabel secara relatif, dan menetapkan variabel mana yang memiliki prioritas paling tinggi guna mempengaruhi hasil pada situasi tersebut. Hasil dari Analisis Hierarki Proses yang menjadi faktor penentu pengembangan obyek wisata di Kabupaten Demak adalah melalui peningkatan usaha mikro masyarakat, untuk oleh-oleh dan souvenir di daerah wisata Demak sangat minim dan kurang menarik, maka dari itu peningkatan usaha mikro masyarakat sekitar menjadi alternatif utama dalam pengembangan obyek wisata di Kabupaten Demak. Perbedaan yang signifikan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada fokus serta cakupan wilayah penelitian, dimana penelitian tersebut mencari faktor terpenting yang harus dibenahi dari keseluruhan pariwisata di Kabupaten Demak, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus untuk mengembangkan potensi yang tersedia serta pembahasan hanya meliputi jenis wisata religi.

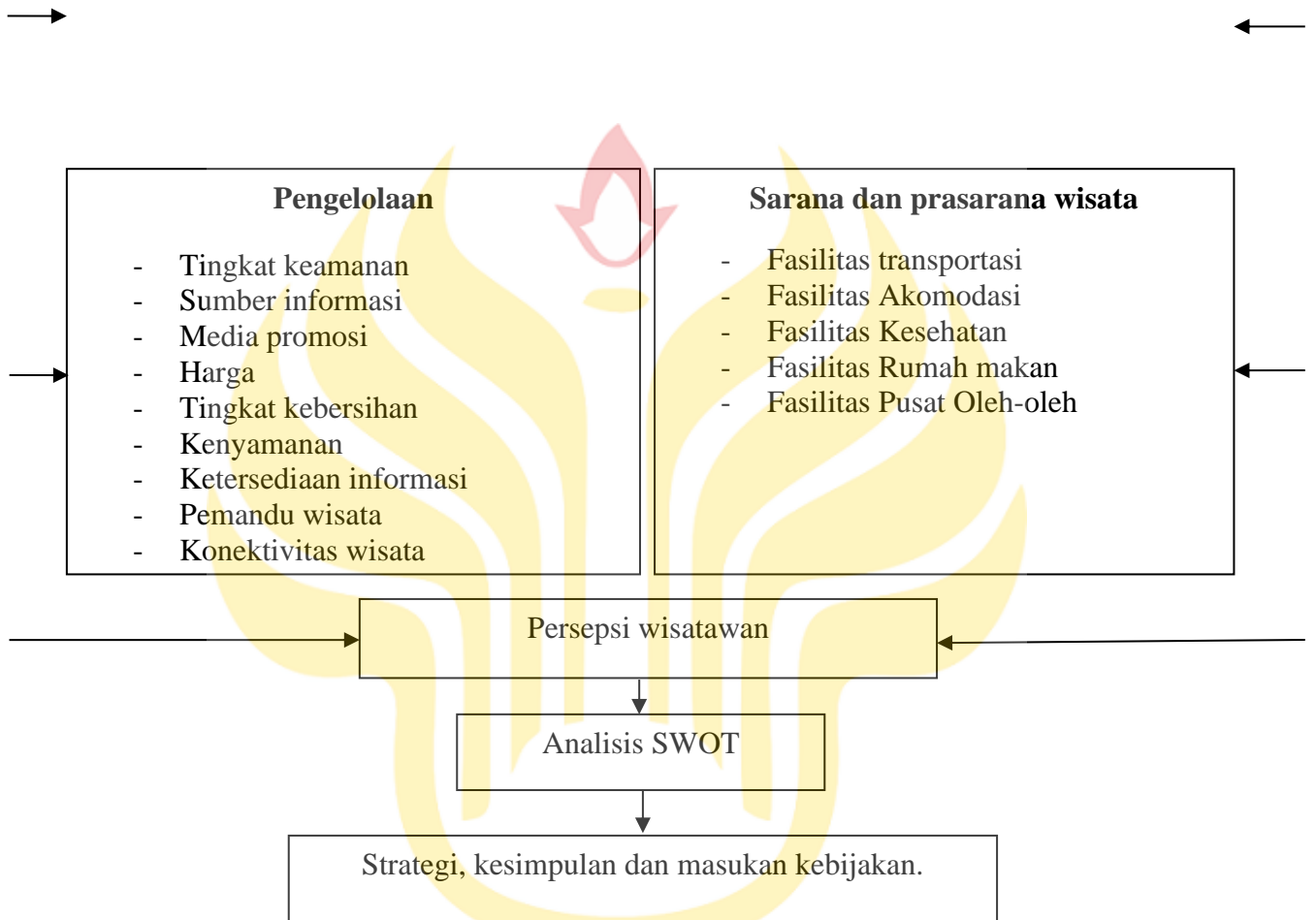
## B. Kerangka Berpikir

Wisata religi merupakan salah satu jenis wisata yang khas dan potensial yang dimiliki Kabupaten Demak. Sektor pariwisata ini memberikan sumbangsih terhadap APBD dan Masyarakat lokal sekitar lokasi wisata. Dalam upaya strategi pengembangan pariwisata dilakukan melalui persepsi wisatawan terhadap indikator dan komponen-komponen wisata religi yang tersedia yakni adalah Atraksi/daya tarik, sarana dan prasarana, pengelolaan dan kondisi masyarakat lokal. Selanjutnya gambaran persepsi tersebut dianalisis menggunakan analisis SWOT guna mencari kekuatan, peluang, kelemahan dan ancaman untuk menentukan strategi perkembangan yang akan diterapkan dalam waktu jangka pendek dan jangka panjang. Melalui strategi ini diharapkan mampu menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung pada daerah tersebut. Untuk lebih jelasnya kerangka pikir dibangun dan disajikan dalam bentuk bagan dibawah ini:



Tabel 2.1 kerangka berpikir





## BAB V

### PENUTUP

Pada bab ini, penulis akan menarik beberapa kesimpulan berdasarkan dari pembahasan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya. Sebagai bahan masukan dari penulis maka dikemukakan beberapa saran guna penyempurnaan bahan strategi pengembangan pariwisata religi Kabupaten Demak.

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka simpulan terhadap pengembangan wisata religi Kabupaten Demak adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor internal yang mendukung pengembangan pariwisata religi Kabupaten Demak adalah terpeliharanya kondisi *landmark* wisata religi daerah, kondisi bangunan obyek wisata yang baik, biaya wisata yang murah, tingginya sifat keterbukaan masyarakat, aksesibilitas dalam mencapai obyek wisata religi, terdapatnya pusat informasi wisata, ebutuhan transportasi yang memadai, Besarnya minat wisatawan untuk pengembangan wisata religi. Sementara faktor-faktor yang menghambat pengembangan adalah tingkat kebersihan lingkungan lokasi wisata yang masih kurang, belum tersedia pemandu wisata, kurangnya jumlah pagelaran pertunjukan atau event wisata religi, kurangnya jumlah bangunan obyek wisata religi, belum adanya integasi antar obyek wisata dan kondisi hotel yang dirasa belum cukup mendukung untuk wisatawan religi.



2. Faktor-faktor eksternal yang pendukung pengembangan pariwisata religi Kabupaten Demak adalah tingginya potensi dan minat wisatawan, dikenal oleh wisatawan luar daerah, kondisi dan ketersediaan moda transportasi, perkembangan media promosi, kenyamanan bagi pengunjung. Sementara itu faktor eksternal penghambat pengembangan wisata religi Kabupaten Demak adalah ancaman pengembangan potensi wisata religi Kabupaten Kudus, keamanan obyek wisata religi, belum adanya kebijakan khusus wisata religi.
3. Strategi prioritas berdasarkan analisis SWOT adalah mengoptimalkan pemanfaatan *landmark* dan menambah variasi keragaman obyek wisata religi untuk semakin menarik wisatawan, meningkatkan peran serta masyarakat untuk mempromosikan kekhasan pariwisata yang dimiliki, bekerjasama dengan agen-agen perjalanan baik yang ada daerah maupun dari luar daerah, menyediakan serta melengkapi sarana prasarana pariwisata religi dan membuat aplikasi *mobile official* wisata religi Demak yang didalamnya terdapat informasi seputar komponen wisata.

## B. Saran

Sehubungan dengan pembahasan di atas, maka saran-saran yang perlu disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah daerah diharapkan dapat menyusun konsep rencana pengembangan sektor pariwisata secara efektif dan efisien guna menganalisis potensi-potensi wisata sektor khusus ciri khas wisata wilayah Kabupaten Demak yakni pariwisata religi .
2. Masyarakat atau penduduk lokal lokasi wisata harus memiliki kesadaran serta rasa tanggung jawab bersama untuk menjaga dan merawat bersama potensi wisata baik berupa tradisi, kebudayaan, kesenian maupun peninggalan yang lainnya.
3. Pemerintah daerah dan masyarakat lokal harus lebih aktif dalam mempromosikan potensi wisata melalui media massa, agar semakin banyak diketahui oleh calon wisatawan dan dapat bersaing dengan wisata lainnya.
4. Pemerintah dan pengelola setempat dapat saling berkoordinasi untuk melakukan penambahan daya tarik wisata religi baru, guna menambah daftar variasi wisata dan meningkatkan kunjungan wisatawan pada daerah tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abidin, Said Zainal. 2012. *Kebijakan publik edisi 2*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Depdikbud. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai pustaka.
- David, Fred R. 2009. *Strategic Management*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kodhyat, H. 1996. *Sejarah Pariwisata dan Perkembangan di Indonesia*. Jakarta: Grasindo.
- Natsir. M. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Jakarta.
- Ridwan, Mohamad. 2012. *Perencanaan Pengembangan Pariwisata*. Medan: PT.Softmedia.
- Riduwan. 2004. *Dasar-dasar Statistika, Edisi Ketiga*. Bandung: Alfabeta.
- Sameng, Andi mappi. 2001. *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai pustaka.
- Sudjana. 2007, *Metoda Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Kualitatif dan kuantitatif*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif* . Bandung: Alfabeta.
- Suparlan, supardi. 1981. *Pengetahuan budaya, Ilmu-Ilmu Sosial Dan Pengkajian Masalah-Masalah Agama*. Jakarta: Puslitbang Lektur Keagamaan.

Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Andi offset. CV Andi Offset: Yogyakarta.

Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

Spillane, James. 1993. *Ekonomi pariwisata, Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta. Kanisius.

Pitana, Gde, dan Diarta, I Ketut Surya. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi offset.

Yoeti, Oka A. 1995. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

### **Skripsi**

Fatimah, Siti. 2015. '*Strategi Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Religi Studi Kasus Di Makam Mbah Mudzakir Sayung Demak*'. Skripsi. Semarang: UIN Walisongo.

Yudhiantari, Luh Putu Emi. 2002. *Ekowisata sebagai Alternatif dalam Pengembangan Pariwisata yang Berkelanjutan di Desa Wongaya Gede, Kecamatan Penebel-Bali*, [http://eprints.undip.ac.id\\_3jan11.pdf](http://eprints.undip.ac.id_3jan11.pdf), diakses 6 Januari 2017.

Sasuwana, Febrianus Rio. 2013. '*Pengembangan Gereja Belenduk Sebagai Daya Tarik Wisata Religi Di Kota Semarang Guna Menambah Kunjungan Wisatawan*'. Skripsi. Semarang: STIEPARI

### **Jurnal Ilmiah**

Israel Kreiner, N.C., Shmueli, D.F., Gal, M.B (2015). Understanding Conflicts At Religious-Tourism Sites: The Baha'i World Center, Tourism Management Perspectives. Retrieved from, [Http://Dx.Doi.Org/10.1016/2015J.Tmp..04.001](http://Dx.Doi.Org/10.1016/2015J.Tmp..04.001)

Niken Ayu P., Anifatul Hanim., dan Fajar Wahyu. 2015. '*Identifikasi Faktor Penentu Pengembangan Obyek Wisata Di Kabupaten Demak*'. Skripsi. Jember: UNEJ.

**Dokumen resmi pemerintah**

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tetang Kepariwisataaan.

Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996.

Perbub No.22 Tahun 2015 Tentang RKPD Kabupaten Demak Tahun 2016.

RPJP Kabupaten Demak Tahun 2006-2025.

Badan Pusat Statistika Kabupaten Demak Tahun 2013.

**Internet**

Winda, 2016; Pemerintah serius garap wisatsa religi untuk meningkatkan keimanan.<http://gayahidup.republika.co.id/berita/gayahidup/travelling/16/02/22/o2xyz1359-kemenpar-serius-garap-wisata-religi-untuk-meningkatkan-keimanan> (27 Juni. 2017).