

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dekade terakhir, wisata religi di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan, didorong oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap destinasi bernuansa keislaman serta dukungan pemerintah melalui pengembangan pariwisata halal. Kementerian Agama (Kemenag) menginisiasi program "Muslim Friendly Tourism" yang mencakup penguatan fasilitas ibadah dan edukasi keislaman (Kemenag, 2021). Fenomena ini sejalan dengan teori Experiential Tourism (Pine & Gilmore, 1999) yang menekankan pentingnya pengalaman holistik dalam pariwisata, termasuk dimensi spiritual. Namun, terdapat kesenjangan antara harapan wisatawan akan pengalaman religi yang mendalam dengan kenyataan di lapangan, di mana banyak masjid wisata belum dikelola secara optimal sebagai destinasi yang mengintegrasikan nilai ibadah, edukasi, dan rekreasi.

Tabel 1.1.
Data Kunjungan Wisata Religi Nasional 2013 – 2023

Tahun	Jumlah Kunjungan (Juta Jiwa)	Pertumbuhan
2013	8,2	-
2015	9,1	11%
2017	12,3	35%
2019	14,5	18%
2020	5,8	-60%
2022	11,7	102%
2023*	13,2*	13%

(Sumber : Kemenparekraf, 2023)

Data Kemenparekraf (2023) mencatat kenaikan kunjungan wisata religi mencapai diatas 10% per tahun (pengecualian tahun 2020, pada masa pandemi

Covid-19) dengan masjid-masjid besar seperti Masjid Raya Al-Jabbar dan Masjid PUSDAI di Kota Bandung menjadi destinasi utama karena nilai arsitektur, sejarah, dan kegiatan *socialpreneur*. Masjid kini berfungsi ganda sebagai pusat ibadah sekaligus objek wisata, menciptakan tren baru dalam pariwisata berbasis keislaman (Khoiri & Suryana, 2023). Namun, teori *Destination Competitiveness* (Ritchie & Crouch, 2003) menyoroti bahwa daya saing destinasi memerlukan tidak hanya aspek fisik, tetapi juga dukungan teknologi informasi. Kesenjangan terlihat dari belum meratanya pemanfaatan *platform* digital untuk mempromosikan masjid wisata, padahal dalam teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (Venkatesh et al., 2012) terdapat perluasan pemahaman tentang adopsi teknologi dengan menambahkan faktor konteks *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* yang krusial dalam konteks wisata religi berbasis digital.

Tabel 1.2. Data Pertumbuhan Jumlah Masjid di Bandung Raya

Wilayah	2013	2018	2022/2023	%Pertumbuhan (2013-2023)
Kota Bandung	1,240	1,389	1,452	+17% (212 masjid)
Kab. Bandung	2,815	3,102	3,250	+15% (435 masjid)
Kota Cimahi	312	358	375	+20% (63 masjid)
Kab. Bandung Barat	1,890	2,050	2,180	+15% (290 masjid)
TOTAL	6,257	6,899	7,257	+15% (1,000 masjid)

(Sumber: BPS, 2023)

Di sisi lain, wisata religi berbasis masjid masih terbatas pada aspek fisik, seperti pembangunan infrastruktur, tanpa pendekatan terpadu yang mencakup

digitalisasi dan penguatan pengalaman wisatawan. Data Badan Pusat Statistik (BPS, 2023) menunjukkan peningkatan jumlah masjid di Bandung Raya, tetapi belum diimbangi dengan strategi pengelolaan yang berbasis teknologi. Untuk memanfaatkan tren ini, diperlukan solusi berupa pemetaan pola perjalanan wisata religi dan pengembangan platform digital yang mengintegrasikan informasi masjid-masjid wisata, seperti sejarah, fasilitas, dan agenda kegiatan keagamaan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan aktivasi masjid wisata melalui pendekatan terstruktur dan berkelanjutan, sekaligus menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik dalam pengembangan wisata religi di Indonesia.

B. Masalah Penelitian

Wisata religi berbasis masjid di Indonesia, khususnya di wilayah Bandung Raya, mengalami pertumbuhan signifikan dengan kenaikan kunjungan rata-rata 20% per tahun (Kemenparekraf, 2023). Namun, perkembangan ini belum diimbangi dengan pengelolaan yang terstruktur, sehingga muncul beberapa tantangan operasional yang perlu diatasi melalui penelitian ini:

1. Belum adanya pola perjalanan wisata religi berbasis masjid yang terpetakan secara optimal, sesuai dengan klasifikasi masjid – masjid di wilayah Bandung Raya berdasarkan 8 (delapan) tema (Kemenparekraf, 2023).
2. Belum tersedia *platform* digital terintegrasi untuk wisata religi berbasis masjid, sementara teknologi digital itu sendiri menjadi faktor penentu kepuasan wisatawan modern (Park & Kim, 2022). Kesenjangan meliputi:
 - 2.1. Konten: Informasi masjid (sejarah, fasilitas, agenda) tersebar di

berbagai *platform* dan tidak terdokumentasi dengan baik.

2.2. Fitur: Tidak adanya *website* dengan fitur pola perjalanan

Akibatnya, beberapa dampak kesenjangan terjadi, baik dari sisi pengelola, pemerintah, maupun wisatawan. Sebagai contoh, dampak bagi pengelola adalah terjadi kesulitan mengoptimalkan layanan, bagi pemerintah adalah terjadinya hambatan dalam menyusun kebijakan wisata religi, serta pengalaman berkunjung yang kurang optimal sebagai akibat dari informasi yang tidak terpusat. Penelitian ini berupaya mengisi *gap* tersebut dengan menyusun pola perjalanan sekaligus merancang *website* wisata religi berbasis masjid di wilayah Bandung Raya yang terintegrasi.

C. Fokus Penelitian

Penelitian ini mengadopsi kerangka variabel wisata religi dari Lue & Crompton (1993), meliputi : motivasi wisatawan (faktor intrinsik seperti ibadah, edukasi Islami, atau eksplorasi arsitektur), karakteristik destinasi (keunikan arsitektur, fasilitas, dan nilai sejarah masjid), serta faktor situasional (aksesibilitas, musim kunjungan, dan dukungan infrastruktur). Variabel-variabel ini digunakan sebagai pertimbangan dalam menyusun pola perjalanan dan *website* wisata religi di wilayah Bandung Raya Bandung Raya.

Destinasi wisata religi berbasis masjid diklasifikasikan berdasarkan 8 (delapan) tema Wisata Masjid Nusantara (Kemenparekraf, 2023), yaitu: masjid dengan nilai arsitektur, nilai sejarah, nilai budaya, nilai amenitas, nilai *edu-religi*, nilai tujuan ziarah, nilai *socialpreneur*, dan nilai *eco-mosque*. Klasifikasi tema – tema masjid ini menjadi dasar pemetaan destinasi untuk rancangan pola perjalanan wisata religi berbasis masjid di wilayah Bandung Raya serta menjadi

salah satu konten dan fitur utama pada *website* wisata religi berbasis masjid di wilayah Bandung Raya.

Fokus penelitian ini disusun secara sistematis dengan mengintegrasikan variabel teoritis dan kerangka operasional. Teori Lue & Crompton (1992) dengan konteks wisata religi kontemporer melalui teori lainnya , serta secara praktis rancangan *website* menjadi *tool* promosi sebagai solusi digital yang adaptif bagi *stakeholder*.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan data kunjungan wisata religi berbasis masjid di Bandung Raya (2013–2023) dan kerangka teoritis yang digunakan, penelitian ini bertujuan untuk menetapkan klasifikasi 15 (lima belas) masjid di wilayah Bandung Raya berdasarkan 8 (delapan) tema wisata masjid nusantara yang telah ditetapkan oleh Kemenparekraf.

1. Merancang pola perjalanan wisatawan berbasis 8 tema Wisata Masjid Nusantara (Kemenparekraf, 2023) untuk mengoptimalkan rute, durasi, dan pengalaman kunjungan.
2. Merancang website wisata religi berbasis masjid di wilayah Bandung Raya terintegrasi yang menyajikan informasi destinasi, panduan perjalanan berupa pola perjalanan, dan fasilitas pendukung guna meningkatkan aksesibilitas dan promosi wisata religi.

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Pengembangan model wisata religi, yaitu memperluas model Lue &

Crompton dengan konteks kekinian wisata berbasis masjid, khususnya di Indonesia.

- b. Klasifikasi tema masjid, dimana dapat memberikan kerangka akademis untuk studi tentang masjid sebagai destinasi multifungsi (ibadah, wisata, edukasi).

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah dan Pengelola Wisata

1. Kebijakan terarah, dimana data pola kunjungan dan preferensi wisatawan dapat menjadi dasar penyusunan kebijakan wisata religi berbasis masjid (contoh: pengembangan infrastruktur di masjid dengan tema *eco-mosque*).
2. Promosi digital, melalui rancangan *website* memudahkan promosi masjid wisata melalui *platform* digital, termasuk integrasi dengan *website* resmi pariwisata di masing-masing daerah.

b. Bagi Wisatawan

1. Pengalaman berkualitas melalui rancangan pola perjalanan yang terstruktur berdasarkan tema wisata religi berbasis masjid, menghemat waktu dan meningkatkan kepuasan.
2. Akses informasi pada website membantu memberikan informasi masjid - masjid di Bandung Raya secara komprehensif.

c. Bagi UMKM dan Masyarakat Lokal

Pola perjalanan dan *website* “Wisata Religi Berbasis Masjid di Wilayah Bandung Raya” sebagai salah satu cara untuk meningkatkan *exposure* masjid, yang diharapkan berbanding lurus dengan peningkatan jumlah

wisatawan. Sehingga, dapat mendorong UMKM halal sekitar masjid sebagai wadah partisipasi masyarakat lokal/ sekitar.

3. Manfaat Teknologi

Rancangan *website* “Wisata Religi Berbasis Masjid di Wilayah Bandung Raya” ini dapat mendorong inovasi digital melalui pengembangan *website* dengan fitur *virtual tour* dan *user-generated content* (ulasan wisatawan) menjadi model aplikatif bagi destinasi wisata religi lainnya.

E. Luaran Penelitian

Penelitian ini menghasilkan pola perjalanan wisata religi berbasis masjid di wilayah Bandung Raya yang dikembangkan melalui analisis data kunjungan (2013–2023), variabel motivasi wisatawan (Lue & Crompton, 1993), dan klasifikasi 8 (delapan) tema wisata masjid nusantara (Kemenparekraf, 2023). Rancangan pola perjalanan dirancang untuk memandu wisatawan dengan rute tematik, seperti rute masjid dengan nilai *edu-religi* dan *eco-mosque* (Masjid PUSDAI dan Masjid Raya Al-Jabbar), dilengkapi rekomendasi durasi kunjungan serta aktivitas terkait (misalnya: ibadah, edukasi, kegiatan sosial, fotografi, kuliner halal). Hasil analisis diharapkan dapat menunjukkan bahwa pengelompokan masjid berdasarkan tema dan preferensi wisatawan mampu meningkatkan efisiensi waktu kunjungan sekaligus mengoptimalkan pengalaman wisata.

Luaran kedua berupa rancangan website terintegrasi yang menyajikan informasi wisata religi berbasis masjid di wilayah Bandung Raya secara komprehensif, meliputi: (1) profil masjid (sejarah, desain eksterior, desain interior, fasilitas, kegiatan unggulan), (2) pengelompokan masjid berdasarkan wilayah Bandung Raya dan 8 (delapan) tema wisata masjid nusantara, (3) pola perjalanan.

Website dirancang untuk menjawab kesenjangan informasi yang diidentifikasi melalui survei. Fitur unggulan seperti filter masjid berdasarkan tema (nilai arsitektur, nilai sejarah, nilai budaya, nilai amenitas, nilai *edu-religi*, nilai tujuan ziarah, nilai *socialpreneur*, dan nilai *eco-mosque*) memudahkan wisatawan merencanakan perjalanan sesuai minat. Rancangan *website* ini mendukung pemerintah dan pengelola masjid dalam mempromosikan wisata religi berbasis masjid serta memantau kunjungan secara *real-time*.

Kedua luaran saling terkait, rancangan pola perjalanan menjadi basis konten *travel pattern* atau *trip planner* di *website*, sementara data kunjungan dari *website* digunakan untuk memperbarui pola perjalanan secara berkala. Kolaborasi ini menciptakan sistem wisata religi yang berkelanjutan, dengan manfaat nyata bagi wisatawan (akses informasi terpercaya), pengelola masjid (peningkatan kunjungan), dan pemerintah (dasar kebijakan *halal tourism* melalui wisata religi berbasis masjid). Implementasi luaran diharapkan dapat menjadi model pengembangan wisata berbasis masjid di wilayah lain di Indonesia.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tesis ini berdasarkan Pedoman Penyusunan Usulan Tesis Magister Terapan Pariwisata Politeknik Pariwisata NHI Bandung, yang terdiri dari 5 bab, antara lain:

Bab I Pendahuluan, berisikan latar belakang yang membahas tren wisata religi berbasis masjid di Bandung Raya mengalami peningkatan signifikan dalam dekade terakhir (Kemenparekraf, 2023), namun belum didukung dengan kajian komprehensif mengenai pola perjalanan dan ketersediaan *platform* digital yang

memadai. Penelitian ini berfokus pada dua masalah utama: (1) belum adanya pemetaan pola perjalanan wisata religi yang terintegrasi dengan destinasi pendukung, dan (2) belum tersedianya website terpadu sebagai media informasi digital mengenai wisata religi berbasis masjid. Dengan mengacu pada klasifikasi 8 (delapan) tema Masjid Nusantara, penelitian bertujuan menyusun rancangan pola perjalanan dan website terintegrasi yang memberikan manfaat teoritis bagi pengembangan model wisata religi serta manfaat praktis bagi pemangku kepentingan. Luaran penelitian mencakup desain pola perjalanan berbasis analisis data dan rancangan *website* informasi masjid wisata.

Bab II Pendekatan Penelitian, menjelaskan pendekatan penelitian kualitatif yang digunakan dengan paradigma interpretif untuk memahami makna pengalaman wisatawan secara mendalam. Penelitian ini mengadopsi pendekatan fenomenologis untuk mengeksplorasi pengalaman nyata pengunjung masjid wisata sekaligus menggunakan metode studi kasus pada beberapa masjid unggulan di Bandung Raya. Kajian terhadap penelitian terdahulu dilakukan untuk mengidentifikasi temuan-temuan relevan seputar wisata religi berbasis masjid serta menemukan celah pengetahuan yang akan diisi melalui penelitian ini. Kerangka penelitian menyajikan konsep-konsep kunci yang digunakan beserta hubungan antar variabel penelitian dalam lingkup yang jelas dan terukur.

Bab III Metodologi Penelitian, bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan/mengeksplorasi fenomena, menganalisis, dan menginterpretasikan data guna menjawab rumusan masalah. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode *research and development* (R&D) melalui tahapan 4D (*define, design, develop, disseminate*).

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) jenis sumber data untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai luaran (pola perjalanan dan *website*), yaitu : data primer, data sekunder, dan data spasial. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan studi dokumen. Validitas data dilakukan melalui triangulasi data dan *member check*.

Bab IV Hasil dan Pembahasan , bagian ini menjelaskan mengenai data yang diperoleh dari penelitian di lapangan baik melalui observasi, wawancara, survei atau melalui teknik pengumpulan data lainnya yang disajikan secara sistematis. Menjelaskan gambaran umum dari obyek penelitian serta intepretasi hasil penelitian. Bab ini juga berisi pembahasan untuk menjelaskan makna temuan serta relevansinya, implikasi terhadap industri pariwisata, kendala dan faktor penghambat.

Bab V Simpulan, Implikasi dan Luaran Studi, bagian ini berisi rangkuman hasil penelitian yang paling relevan dengan tujuan dan pertanyaan penelitian. Implikasi temuan terhadap teori dan praktik dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata serta luaran studi yang menawarkan solusi atau saran berdasarkan hasil penelitian. Luaran berupa produk pariwisata berupa pola perjalanan dan prototipe *website* wisata religi berbasis masjid sebagai rekomendasi yang dapat diterapkan di industri pariwisata.