

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pariwisata yang berada di Indonesia mempunyai potensi yang sangat baik. Diantara berbagai jenis tersebut, ada banyak jenis wisata yang menarik minat wisatawan. Salah satu jenis pariwisata yang masih digemari banyak orang ialah pariwisata syariah, yang mana terdapat nilai spiritual yang mengandung nilai keimanan. Jika ditinjau dari populasi di Indonesia, penduduk beragama muslim menduduki peringkat tertinggi dan diartikan bahwa wisatawan muslim menempati kelas teratas dalam industri pariwisata<sup>1</sup>. Sehingga jika pariwisata syariah terus dikembangkan akan menjadi sumber pendapatan bagi negara. Karena pariwisata syariah masih menjadi kebutuhan banyak orang, jadi perlu peran pemerintah untuk mengembangkan pariwisata syariah tersebut.

Bentuk pariwisata syariah yang sangat fenomena yaitu wisata religi, wisata spiritual, serta peninggalan sejarah yang berbentuk masjid yang sudah menyebar diberbagai pelosok negeri<sup>2</sup>. Tak hanya itu, wujud dari wisata religi yang banyak diikuti oleh umat muslim Indonesia adalah ziarah ke makam para wali. Ziarah kubur merupakan fenomena lazim yang dijumpai dalam masyarakat saat ini. Karena ziarah kubur merupakan perjalanan ibadah, maka terlihat sekali terdapat banyak manfaat yang diambil. Ziarah kubur juga merupakan cara berdakwah kepada manusia, dan juga merupakan cara menyebarkan ajaran Islam kepada orang lain, seperti mengunjungi makam para wali. Perjalanan wisata religi ini berkaitan dengan pengembangan konsep ilmu pengetahuan dan penyebarannya. Ada berbagai macam motif yang melatar belakangi wisatawan dalam melakukan wisata religi yaitu

---

<sup>1</sup> Raja Ela Safira, dkk., “Promosi Daerah Dan E-Marketing Pariwisata Halal Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Yogyakarta,” *Jurnal Ekonomi Islam* 10, No. 1 (2019): 59–78.

<sup>2</sup> Ainun Mardiah dan Herlinda Herlinda, “Analisis Perilaku Masyarakat Terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Syariah Di Sumatera Barat,” *Jurnal Sosial Budaya* 14, No. 2 (2017): 200.

untuk meningkatkan keimanan dan ketaqwaan, mendapatkan ketenangan jiwa, serta kesunnahan Rasulullah.

Wisata religi merupakan wisata budaya yang landasan dasarnya berupa nilai dan norma keislaman. Dalam industri pariwisata, wisata religi membutuhkan pemahaman dan peningkatan lebih lanjut terkait kolaborasi nilai-nilai islami yang melekat dalam kegiatan pariwisata<sup>3</sup>. Wisata religi meliputi norma religi dan nilai budaya. Nilai tersebut adalah hubungan manusia dengan Tuhan, hubungan manusia dengan manusia, hubungan manusia dengan lingkungan, dan keseimbangan menjaga kelestarian budaya. Orang-orang dari berbagai daerah seringkali melakukan perjalanan wisata ziarah kubur ke makam para wali yang tersebar diberbagai kota dengan maksud mendapat syafaat setelah berkunjung kesana. Ziarah kubur ke makam waliyullah dilakukan orang-orang sekaligus sebagai refreshing setelah menjalani padatnya kegiatan sehari-hari. Perjalanan ini juga menjadi media untuk merenungkan dan mensyukuri serta mengagungkan Allah sebagai penciptanya. Melalui wisata seperti ini diharapkan meningkatkan keimanan seseorang.

Kabupaten Blora adalah salah satu kabupaten yang memiliki banyak beragam potensi, akan tetapi potensi tersebut kurang begitu terekspos dikalangan media massa. Kabupaten Blora juga memiliki segudang seni, cerita bersejarah, dan situs bersejarah yang harus terus dikembangkan dan dilestarikan<sup>4</sup>. Ada banyak wisata religi di Blora, Makam Sunan Pojok merupakan salah satu wisata religi yang banyak dikunjungi wisatawan<sup>5</sup>. Karena rekreasi, pendidikan dan hiburan merupakan kebutuhan sebagian besar masyarakat. Oleh karena itu, wisata ini diharapkan dapat menjadi tujuan wisata religi. Seperti halnya, wisata religi Kabupaten Blora yaitu

---

<sup>3</sup> Yudhi Martha Nugraha, "Analisis Potensi Promosi Pariwisata Halal Melalui E-Marketing Di Kepulauan Riau," *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti* 3, No. 2 (2018): 63.

<sup>4</sup> Kenanga Luh et al., "Pengaruh Revitalisasi Pada Gapura Kembar Dan Pendopo Makam Sunan Pojok" *Seminar Ilmiah Arsitektur* 8686 (2020): 57-64.

<sup>5</sup> Observasi peneliti di Makam Sunan Pojok Blora

Makam Sunan Pojok yang menjadi tujuan utama para peziarah, yang merupakan tempat bersejarah bagi umat Islam, terutama bagi masyarakat Kabupaten Blora. Makam Sunan Pojok merupakan bukti peradaban dan sejarah budaya di Kabupaten Blora yang melekat. Banyak umat muslim yang mencari identitas dengan berziarah ke makam waliyullah, termasuk di Makam Sunan Pojok. Ziarah kubur untuk mencari keberkahan dan mempertebal keimanan, baik keberkahan rohani maupun jasmani (ekonomi) bagi para pengunjunnya. Nilai spiritual seperti ini yang menjadi daya tarik bagi wisata religi Makam Sunan Pojok.

Berikut adalah tabel yang berisi data pengunjung Makam Sunan Pojok Blora dari tahun 2016-2020 :<sup>6</sup>

**Tabel 1.1**

**Jumlah Pengunjung Makam Sunan Pojok Blora 2016-2020**

Tahun	Jumlah Pengunjung
2016	1691
2017	818
2018	908
2019	4353
2020	2595

Sesuai dengan tabel 1.1 kondisi Makam Sunan Pojok mengalami peningkatan dan penurunan. Jumlah pengunjung menurun di tahun 2017-2018 menurun karena diadakan revitalisasi. Sehingga kondisi wisata religi Makam Sunan Pojok sekarang menjadi lebih bersih, terawat, nyaman, dan tidak sintru (sepi, mencekam) dan makam tersebut menjadi salah satu wisata yang ikonik di Blora dan sekarang ini menjadi lebih terekspos oleh media massa. Namun, pada tahun 2020 jumlah wisatawan menurun dikarenakan pandemi covid 19 dan berjumlah 2595.

Terdapat beberapa karakteristik seseorang dalam melakukan perjalanan wisata religi. Karakteristik destinasi meliputi banyak hal, diantaranya jarak, biaya dan nilai, keyakinan, fasilitas perjalanan, lingkungan, dan aksesibilitas.

---

<sup>6</sup> Dinas Kepemudaan, Olah Raga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Blora , 2020.

Karakteristik ini memicu kesadaran wisata seorang wisatawan. Dari sebuah wisata, orang yang melakukan perjalanan memperoleh pengalaman dan dapat mengevaluasi kunjungan wisata. Hal tersebut yang menjadi pertimbangan seseorang melakukan perjalanan wisata religi karena dalam perjalanan membutuhkan usaha serta beberapa maksud dan tujuan sehingga seseorang dapat memutuskan untuk melakukan perjalanan wisata tersebut. Karakteristik destinasi wisata tercipta karena daya tarik beberapa destinasinya. Daya tarik destinasi ini ditentukan semata-mata oleh keberadaan objek wisata khusus di dalamnya, dan destinasi itu sendiri tidak menarik<sup>7</sup>. Umumnya wisata religi ziarah kubur untuk mengenang perjuangan para wali, dan tak sedikit para peziarah mencari keberkahan agar dilancarkan rezekinya. Tetapi tidak menutup kemungkinan terdapat faktor lain yang menjadi daya tarik wisatawan dalam mengunjungi tempat wisata seperti wisata religi.

Faktor dari luar diri seorang wisatawan seperti citra destinasi, pengalaman, tujuan perjalanan, keuangan waktu, dan biaya. Hal tersebut menjadikan semakin kuatnya daya tarik, ketersediaan fasilitas, kualitas, serta peluang berwisata yang didapat dengan adanya karakteristik destinasi yang unik dan bermanfaat<sup>8</sup>. Apa yang diperoleh seseorang pada saat mengunjungi tempat wisata menjadi tolak ukur dan menjadi sebuah kesan yang dibangun serta menjadi sarana yang bisa menyampaikan citra destinasi terhadap masyarakat luas. Sehingga inovasi produk dan pengembangan destinasi yang dibangun dapat meningkatkan kualitas layanan dalam suatu wisata. Citra destinasi yang baik dapat menentukan peningkatan kunjungan dan berdampak besar pada wisatawan karena proses tersebut dalam menentukan keputusan berkunjung atau mengunjungi kembali.

Daya tarik suatu obyek wisata yang harus diperhatikan lagi yaitu fasilitas. Fasilitas menjadi salah satu kunci

---

<sup>7</sup> Burhan Bungin, *Komunikasi Pariwisata (Tourism Communication): Pemasaran Dan Brand Destinasi Edisi Pertama* (Jakarta: Prenada Media, 2015), 81.

<sup>8</sup> Ismayanti, *Pengantar Pariwisata* (Jakarta: Grasindo, 2010), 27-31.

seseorang mau melakukan perjalanan wisata. Oleh sebab itu, jika tempat wisata memiliki fasilitas yang kurang lengkap dapat menurunkan daya tarik dalam mengunjungi tempat wisata tersebut<sup>9</sup>. Indikator fasilitas meliputi kelengkapan, kebersihan, dan kerapihan fasilitas. Tak hanya hal tersebut, kondisi dan fungsi fasilitas juga menjadi perhatian para wisatawan dalam mengunjungi tempat wisata. Wisatawan akan lebih tertarik jika kondisi fasilitas bisa menunjang apa yang menjadi tujuan wisatawan dalam mengunjungi tempat wisata. Fasilitas yang tersedia di Makam Sunan Pojok sudah cukup memadai ialah mushola yang berbentuk pendopo selain berfungsi sebagai tempat ibadah juga bisa menjadi tempat perkumpulan, toilet dan tempat wudhu yang bersih, serta terdapat tempat duduk yang sangat nyaman untuk beristirahat. Namun, tempat parkir pengunjung sangatlah minim. Terkadang sepeda motor pengunjung berada ditepi jalan, sehingga bisa mengganggu pengguna jalan yang lain. Tempat parkir untuk rombongan roda empat khususnya bus tidak berada di dekat makam, pengunjung yang rombongan harus berjalan terlebih dahulu menuju Makam Sunan Pojok untuk ziarah kubur.

Salah satu bentuk upaya mempertahankan konsumen (para wisatawan) yaitu dengan adanya fasilitas yang baik guna mendukung keperluan para wisatawan. Jikalau fasilitas dalam tempat wisata sangat memadai, hal tersebut dapat menunjang dan meningkatkan kepuasan pengunjung sehingga obyek wisata dapat menciptakan keputusan berkunjung<sup>10</sup>. Karena fasilitas sebagai penunjang terciptanya kenyamanan wisatawan untuk mengunjungi suatu tujuan wisata.

Faktor lain yang menjadi keputusan berkunjung ialah norma subjektif, karena keyakinan seseorang dalam melakukan sesuatu menjadi penyebab keputusan untuk

---

<sup>9</sup> Suchaina, "Pengaruh Kualitas Fasilitas Sarana Dan Prasarana Terhadap Peningkatan Jumlah Pengunjung Wisata Danau Ranu Grati," *Jurnal Psikologi* 2, No. 2 (2014): 89–109.

<sup>10</sup> Yuyun Mardiyani dan Murwatiningsih, "Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang," *Jurnal Management Analysis* 4, No. 1 (2015): 65–75.

mengunjungi suatu tempat. Keyakinan terkadang didasarkan pada pengetahuan, pendapat, atau keyakinan (*belief*). Dan ada kasus dimana semua elemen emosional itu disertakan dan ada kasus yang tidak disertakan. Keyakinan atau kepercayaan seseorang bisa melalui informasi yang didapat dari keluarga, teman, ataupun berasal dari berita secara langsung maupun di media massa hingga media online. Wisatawan yang tertarik dengan kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi lebih lanjut<sup>11</sup>. Semakin banyaknya informasi yang didapat akan mempengaruhi keputusan berkunjung seseorang terhadap suatu obyek wisata. Seseorang akan mengumpulkan informasi dari teman maupun keluarga tentang layanan wisata. Sehingga semakin yakin dalam mengunjungi suatu obyek wisata karena mempunyai informasi lebih yang sudah wisatawan ketahui.

Dalam dunia pariwisata tidak terlepas dari pertimbangan ketika memutuskan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Keputusan berkunjung juga termasuk dalam keputusan pembelian, artinya sebelum seseorang memutuskan untuk mengunjungi suatu lokasi, orang tersebut telah melakukan keputusan pembelian untuk menikmati fasilitas yang ada pada wisata tersebut<sup>12</sup>. Karena keberhasilan suatu obyek wisata dapat dilihat dari pertumbuhan wisatawan yang datang ke tempat tersebut.

Berdasarkan dari beberapa penelitian terdahulu mengenai citra destinasi terhadap keputusan berkunjung yang dilakukan oleh Putri Rizkiah Isnaini dan Yusri Abdillah<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Pt Indeks, 2004), Hal. 199-205.

<sup>12</sup> Tresna Wulandari, “Analisis Place Branding Untuk Meningkatkan Citra Kabupaten Purwakarta Serta Implikasinya Terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Pariwisata (Survei Terhadap Wisatawan Nusantara Yang Berkunjung Ke Kabupaten Purwakarta),” *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 4, No. 2 (2013): 1–12.

<sup>13</sup> Putri Rizkiah Isnaini dan Yusri Abdillah, “Pengaruh Citra Merek Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Dan Kepuasan Pengunjung Serta Dampaknya Pada Minat Kunjung Ulang ( Survei Pada Pengunjung Taman Rekreasi Selecta Kota Batu Yang Termasuk Dalam Kategori Generasi Millennial )” *Jurnal Administrasi Bisnis* 55, No. 2 (2018): 128.

bahwa variabel citra destinasi mempunyai pengaruh secara signifikan secara langsung maupun tidak langsung. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Muhammad Yusuf<sup>14</sup> bahwa variabel citra destinasi berpengaruh simultan terhadap keputusan wisatawan berkunjung pada pariwisata syariah. Memiliki hasil yang berbeda dengan penelitian dari Yofina Mulyati, Haryeni, dan Masruri<sup>15</sup> yang menyebutkan bahwa citra destinasi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung melalui minat berkunjung.

Penelitian yang dilakukan Yuyun Mardiyani dan Murwatiningsih<sup>16</sup> variabel fasilitas berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengunjung, yang berarti bahwa semakin tinggi fasilitas maka semakin tinggi kepuasan pengunjung yang dapat meningkatkan keputusan berkunjung seorang wisatawan. Alfatory<sup>17</sup> juga telah meneliti bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan wisatawan asing. Diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratna Suryani dan M. Wahyu<sup>18</sup> bahwa fasilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian mengenai citra destinasi dan fasilitas terhadap keputusan

---

<sup>14</sup> Muhammad Yusuf, “Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Destination Image Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Pada Pariwisata Syariah Di Kabupaten Lima Puluh Kota Provinsi Sumatera Barat” (2020).

<sup>15</sup> Yofina Mulyati, Haryeni, dan Masruri, “Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya Pada Minat Dan Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik

<sup>16</sup>Yuyun Mardiyani dan Murwatiningsih, “Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Melalui Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Pada Objek Wisata Kota Semarang,” *Jurnal Management Analysis* 4, No. 1 (2015): 65–75.

<sup>17</sup> Alfatory Rheza Syahrul, “Pengaruh Daya Tarik , Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Asing Berkunjung Kembali ke Aloita Resort Di Kab . Kep . Mentawai” *Jurnal Pelangi* 7, No. 1 (2015): 71–82.

<sup>18</sup> Ratna Suryani dan M. Wahyu, “Pengaruh Harga Tiket, Fasilitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Taman Margasatwa Serulingmas Banjarnegara” *Jurnal Media Ilmiah Komunikasi Bisnis* 16, No. 1 (2018): 13.

berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora. Serta peneliti menambah variabel baru dalam penelitian ini yaitu norma subjektif karna dalam keputusan berkunjung seseorang juga dapat dipengaruhi oleh keyakinan atau kepercayaan seseorang dalam memperoleh informasi tertentu untuk mengunjungi suatu tujuan wisata. Pada variabel norma subjektif belum terdapat penelitian terdahulu dimana norma subjektif sebagai variabel independen dan keputusan berkunjung sebagai variabel dependen, maka penelitian ini merupakan penelitian pertama.

Fenomena yang terjadi saat ini wisatawan tak hanya ingin mengunjungi tempat bersejarahnya, tetapi juga ingin mengabadikan momen foto atau video di tempat yang menarik dalam tempat wisata. Foto dan video kemudian diunggah ke media sosial untuk memungkinkan manusia berinteraksi. Sehingga bangunan yang menarik merupakan salah satu daya tarik wisatawan yang berfungsi sebagai kesan saat berkunjung sehingga dapat mempengaruhi keputusan berkunjung seseorang. Fasilitas juga menjadi daya tarik seseorang untuk melakukan keputusan berkunjung. Setelah fasilitas dilakukan revitalisasi, pengunjung Makam Sunan Pojok mengalami peningkatan yang cukup tinggi. Oleh karena itu, pentingnya masalah mengenai pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan norma subjektif terhadap keputusan berkunjung, maka peneliti tertarik memilih judul penelitian **“Keterkaitan Citra Destinasi, Fasilitas, Dan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Berkunjung Di Makam Sunan Pojok Blora”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Bersumber pada uraian latar belakang penelitian di atas, sehingga masalah yang akan dikaji sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara Citra Destinasi terhadap Keputusan Berkunjung ?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara Fasilitas terhadap Keputusan Berkunjung ?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan antara Norma Subjektif terhadap Keputusan Berkunjung ?
4. Apakah terdapat pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, dan Norma Subjektif secara simultan terhadap Keputusan Berkunjung?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk memprediksi tindakan apa yang akan dilakukan. Sehingga dapat mengurangi kesalahan yang mungkin terjadi. Tujuan yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk menguji pengaruh Citra Destinasi terhadap keputusan berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora.
2. Untuk menguji pengaruh Fasilitas terhadap keputusan berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora.
3. Untuk menguji pengaruh Norma Subjektif terhadap keputusan berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora.
4. Untuk menguji pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas, dan Norma Subjektif secara simultan terhadap Keputusan Berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora.

### D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, antara lain :

#### 1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari temuan ini sangat membantu dalam memperluas pemahaman kita tentang pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan norma subjektif terhadap keputusan berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora.

#### 2. Manfaat Praktis

##### 1) Manfaat bagi akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat aplikatif secara teoritis bagi pengembangan ilmu pengetahuan dibidang Ekonomi Islam dibidang pembangunan pariwisata syariah mengenai citra destinasi, fasilitas, dan norma subjektif terhadap keputusan berkunjung wisata religi di Makam Sunan Pojok Blora.

##### 2) Manfaat bagi pengelola

Bagi pengelola, hal ini dapat dijadikan acuan agar kelembagaan pengelola pariwisata Makam Sunan Pojok dapat mendorong inovasi pengembangan destinasi wisata religi dan meningkatkan kualitas pelayanan dengan mendukung daya tarik wisata religi untuk meningkatkan keputusan berkunjung.

3) Manfaat bagi penulis

Untuk menambah wawasan keilmuan Ekonomi Islam khususnya tentang sektor pariwisata syariah bagi penulis atau peneliti mengenai citra destinasi, fasilitas, dan norma subjektif terhadap keputusan berkunjung di Makam Sunan Pojok Blora.

4) Manfaat bagi pembaca

Hasil kajian yang dilakukan akan menjadi acuan untuk kajian tambahan, dengan harapan dapat menjadi sumber informasi, teori dan implementasi dari pengaruh citra destinasi, fasilitas, dan norma subjektif terhadap keputusan berkunjung pada wisata religi serta sebagai dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

### **E. Batasan Masalah**

Penelitian ini memfokuskan pada variabel Citra Destinasi, Fasilitas dan Norma Subjektif terhadap Keputusan Berkunjung pada Makam Sunan Pojok Blora, untuk menghindari adanya pembahasan yang melebar pada penelitian. Citra Destinasi, Fasilitas dan Norma Subjektif sebagai variabel independen (X) dan Keputusan Berkunjung sebagai variabel dependen (Y). 100 pengunjung Makam Sunan Pojok yang dijadikan responden dalam penelitian ini yang mewakili sebagian besar pengunjung pada Makam Sunan Pojok Blora.

### **F. Sistematika Penulisan**

Berikut ini telah disusun untuk memberikan gambaran umum tentang apa yang telah diuraikan dalam penulisan skripsi ini :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang yang mendasari permasalahan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini akan membahas mengenai kajian teori yang melandasi dan menjadi pedoman dalam

penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan jenis dan pendekatan, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisi penjelasan mengenai gambaran umum obyek penelitian, identitas dan karakteristik responden, analisis deskripsi variabel penelitian, analisis data dan pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan penelitian, penjelasan mengenai keterbatasan dan saran pada penelitian.

