

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pariwisata merupakan salah satu industri yang memiliki peran penting yang mengalami perubahan signifikan dan menjadi sektor unggulan dari sumber devisa negara. Perspektif ekonomi tentang pariwisata memberikan wawasan tentang jenis pilihan dan keputusan yang dibuat oleh konsumen, pemasok sektor swasta, lembaga pemerintah dan pembuat kebijakan.² Dalam perkembangan sektor pariwisata saat ini, di tengah ketatnya persaingan baik itu secara tradisional maupun digital salah satu upaya yang dilakukan pengelola wisata adalah meningkatkan minat berkunjung. Dalam konteks perkembangan industri pariwisata, diperlukan upaya penting untuk menjaga daya saing serta minat berkunjung di tengah tantangan global terutama pada saat pasca pandemi covid-19. Menurut data *World Tourism Organization* (UNWTO) terjadi penurunan global hampir 70% pada jumlah permintaan wisatawan internasional dengan kerugian 730 miliar dolar AS.³ Pembatasan perjalanan global, pembatalan perjalanan wisata yang besar-besaran, dan aspek sektor pariwisata Indonesia mengalami penurunan drastis.⁴ Dengan banyak destinasi wisata yang bergantung pada jumlah kunjungan tinggi

² Masfi Sya'fiatul Ummah, *Pengantar Ekonomi Pariwisata*, vol. 11, 2019.

³ Jayanta Saha et al., *Tourism in Retrospect of COVID-19 on Global Perspective Using Analytical Hierarchy Process, Spatial Information Research*, vol. 29 (Springer Singapore, 2021).

⁴ Khavid Normasyhuri, Ahmad Habibi, and Erike Anggraeni, "Fenomena Gejolak Ekonomi Pada Sektor Perdagangan Dan Sektor Pariwisata: Studi Perbandingan Sebelum Dan Selama Covid-19," *Jurnal Paradigma Ekonomika* 17, no. 1 (2022): 181–188.

yang mengalami penurunan sehingga menimbulkan minat berkunjung mengalami penurunan yang signifikan. Isu utama yang dihadapi oleh pengelola pariwisata yaitu bagaimana mengembalikan kepercayaan wisatawan, menjaga keberlanjutan bisnis, serta menyesuaikan dengan norma baru yang mengedepankan aspek kesehatan dan keselamatan pengunjung.

Menurut Chauhan dalam bukunya, Minat muncul sebagai respons terhadap kebutuhan dan keinginan individu. Ketika seseorang merasa ada kebutuhan atau keinginan yang terkait dengan suatu objek atau aktivitas, minat terhadap hal tersebut akan muncul.⁵ Minat dipengaruhi oleh keterkaitan dengan intensionalitas, yaitu keterarahan dan pengarahan sebagai tanda penting bagi semua gejala hidup. Kecenderungan ini berbeda dalam intensitasnya pada setiap individu atau kelompok. Menurut Kotler dan Keller, minat berkunjung didefinisikan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu tempat berdasarkan pada pengalaman dalam berkunjung⁶ .

Minat berkunjung pada dasarnya bentuk dari motivasi yang mempengaruhi seseorang dari minat berperilaku sebagai akibat adanya faktor eksternal untuk melakukan keputusan berkunjung. Minat berkunjung merupakan hal yang sangat penting sekali dalam menjamin siklus pariwisata tetap berjalan, sehingga sektor pariwisata tetap mendapatkan penghasilan dan pendapatan yang stabil, inovasi akan tetap terlaksana karena adanya modal, hingga upaya dorongan internal pengunjung untuk melakukan keputusan berkunjung berdasarkan pengalaman dan rekomendasi yang dapat memicu minat berkunjung meningkat. Untuk meningkatkan minat berkunjung ke destinasi wisata, diperlukan strategi

⁵ Chauhan, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Angkasa, 1978)

⁶ Resti Artamevia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Minat Berkunjung Kembali Menurut" 12, no. 2004 (2022): 6–25.

pengembangan yang komprehensif, salah satunya adalah melalui analisis dimensi *Attraction* (Atraksi), *Accessibility* (Aksesibilitas), *Amenity* (Fasilitas), dan *Ancillary* (Pendukung).⁷ Keempat dimensi ini dianggap sebagai elemen fundamental dalam menciptakan daya tarik bagi wisatawan dan mendorong minat mereka untuk berkunjung.

Menurut Yoeti, daya tarik wisata merupakan keseluruhan keaneragaman dari kekayaan alam baik daratan maupun lautan, budaya masyarakat lokal hingga buatan manusia seperti taman rekreasi dan hiburan yang mempunyai keindahan, nilai dan keunikan yang ada di dalam objek daya tarik yang menjadi tempat tujuan destinasi wisata.⁸ Atraksi wisata pada objek daya tarik wisata tidak dapat ditiru oleh destinasi lain karena mempunyai ciri khas tersendiri antara objek daya tarik satu dengan yang lainnya. Dimensi *Attraction* menjadi salah satu dimensi yang digunakan sebagai faktor utama yang perlu didalami pada minat berkunjung wisatawan. Dimana, daya tarik menjadi menjadi dominan alasan mengunjungi destinasi wisata yang mencakup keindahan alam, budaya, sejarah hingga atraksi buatan yang menarik pengunjung yang datang.

Aksesibilitas menurut Trihatmodjo adalah suatu kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara jarak geografis atau kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi menuju lokasi tujuan tersebut.⁹ Perpindahan

⁷ Sugijama, A Gima. *Pengembangan Bisnis dan Pemasaran Aset Pariwisata* Edisi 1. (Guardaya Intimarta: Bandung, 2014).

⁸ Faikar Adam Wiradipoetra et al., “*Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung*” III, no. 2 (n.d.): 129–137.

⁹ Leylita Novita Rossadi and Endang Widayati, “OF TOURISM Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat

tersebut bisa dengan jarak dekat, sedang maupun jauh. Sedangkan untuk melakukan perpindahan dibutuhkan dalam mengakses untuk mencapai waktu yang telah ditentukan. Accessibility atau aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju destinasi. Dimensi Accesibility merupakan sebagai bentuk dukungan terhadap kemudahan dalam mengakses tempat destinasi wisata, sehingga memudahkan pengunjung mencapai ke tempat tujuan.

Fasilitas dalam wisata juganya menjadi sorotan paling penting seperti yang di katakana Menurut Mill yang dikutip Nurmala menyebutkan "*Facilities sevice them when they get there*".¹⁰ Jika diartikan dalam bahasa bebas yaitu fasilitas melayani wisatawan yang berkunjung pada saat di destinasi wisata. Fasilitas wisata merupakan hal-hal yang memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang dapat menciptakan rasa senang disertai mudahnya mendapatkan kebutuhan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata sampai mereka pada objek wisata. Dimensi Amenity sebagai komponen penunjang yang mencakup ketersediaan sarana dan prasarana untuk memenuhi kebutuhan wisatawan seperti tempat makan, akomodasi dan fasilitas umum lainnya sehingga dapat memberikan banyak pengalaman yang baik dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan.

Selain itu memperhatikan layanan pendukung dalam lingkungan wisata sangat penting dikatakan Menurut Leiper pengelolaan merujuk kepada seperangkat peranan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, atau bisa juga merujuk

Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta" 1, no. 2 (2018): 109–116.

¹⁰ Nurmala Nurmala, Sullaida Sullaida, and Damanhur Damanhur, "Pengaruh Fasilitas Wisata, Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Pantai Ujong Blang Lhokseumawe," *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 23, no. 2 (2022): 73–78.

kepada fungsi-fungsi yang melekat pada peran tersebut.¹¹ Layanan Pendukung merupakan keseluruhan yang mencakup keberadaan dari berbagai organisasi yang memfasilitasi dan mendorong pengembangan dan pemasaran suatu destinasi wisata. Dengan demikian, dimensi Ancillary mencakup layanan pendukung dari pengelola, komunitas serta kelembagaan pariwisata untuk mendukung kelancaran kegiatan wisata agar dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung, juga mempengaruhi dampak positif dan dorongan minat kunjungan ulang. Dengan demikian, layanan pendukung menjadi faktor penting dalam strategi pengembangan destinasi wisata untuk mempertahankan minat berkunjung wisatawan.

Sebagaimana sejalan dengan penelitian terdahulu yang mendukung oleh Ibnu, S., Anita, D., & Ratri, S,¹² Ari, A,¹³ Oktavia, T., & Miftahul, J,¹⁴ Bulan, S., & Indriani, U,¹⁵ Alfitriani

¹¹ Eka Marlina, “Pengelolaan Objek Wisata Air Panas Guna Meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes) Di Desa Cikupa Kecamatan Banjarnayar Kabupaten Ciamis,” *Jurnal Moderat* 5, no. 1 (2019): 153–165, <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/moderat/article/view/1960>.

¹² Ibnu Setyo Yuliardi, Anityas Dian Susanti, and Ratri Septana Saraswati, “Identifikasi Kelayakan Obyek Wisata Alam Dengan Pendekatan 4A,” *Kolaborasi Jurnal Arsitektur* 1, no. 2 (2021): 36–54.

¹³ Ari A’ardila Putri, “Analisis Pengaruh Komponen 4A (Attraction, Accesibility, Amenity, Ancillary) Dan Sosial Media Marketing Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengunjung Lawang Sewu)” (2024).

¹⁴ Oktavia Tri Wulandari and Miftahul Jannah, “Strategi Pemasaran Pariwisata 4A (Attraction, Accessibility, Amenity, Dan Ancillary) Terhadap Minat Wisatawan Mengunjungi Kembali Pantai Camplong Kabupaten Sampang,” *Jurnal Administrasi dan Manajemen* 13, no. 4 (2023): 411–418.

¹⁵ Bulan Suci Ramadhani and Indriani Umar, “Identifikasi Indeks Kelayakan Obyek Wisata Alam Pantai Alombango Dengan Pendekatan 4 A (Atracction , Accessibility , Amenity , Dan Ancillary)” 3, no. 4 (2024): 137–145.

.. &Welly, A., & Ummasyroh,¹⁶ yang menyimpulkan bahwa dimensi *Attraction* (Daya tarik), *Amenity* (Fasilitas), *Accessibility* (Aksesibilitas), dan *Ancillary* (Layanan Pendukung)) memiliki dampak positif pada minat berkunjung wisatawan yang dipengaruhi oleh daya tarik yang kuat, akses jalan yang mudah, fasilitas yang memadai hingga keramahan pengelola.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan meneliti bagaimana analisis dimensi *Attraction* (Atraksi), *Accessibility* (Aksesibilitas), *Amenity* (Fasilitas), dan *Ancillary* (Pendukung) diulas secara detail pada destinasi wisata religi Makam K.H Abdurrahman Wahid yang memberikan gambaran spesifik adanya pengaruh masing-masing setiap dimensi pada minat berkunjung wisatawan dengan data empiris hingga kontekstual. Dalam merumuskan analisis dimensi *Attraction* (Atraksi), *Accessibility* (Aksesibilitas), *Amenity* (Fasilitas), dan *Ancillary* (Layanan Pendukung) untuk wisata religi makam, beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu dapat mengidentifikasi satu persatu dari keempat dimensi tersebut untuk membantu pengelolaan pengembangan wisata religi yang berkelanjutan.

Salah satu trend saat ini berkembang dua istilah yaitu wisata religi dan wisata syariah atau wisata halal. Wisata religi merupakan wisata yang lebih mengedepankan ketenangan batin yang menggabungkan unsur keagamaan dengan budaya dan sejarah.¹⁷ Wisata religi semakin diminati masyarakat yang ingin memperdalam kebutuhan rohani dan spiritual penganut agama, sehingga menjadi motivasi kuat pada minat berkunjung ke

¹⁶ Alfitrani, Welly Andrika Putri, and Ummasyroh, “*Pengaruh Komponen 4A Terhadap Minat Kunjung Ulang Wisatawan Pada Destinasi Wisata Bayt Al-Qur’an Al-Akbar Kota Palembang,*” *Aplikasi Manajemen & Bisnis* 1, no. 2 (2021): 66–77, <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/JAMB>.

¹⁷ Lilik Rahmawati and S Si, *Wisata Religi Sebagai Destinasi Wisata Halal*, 2023.

tempat-tempat suci dan pelestarian nilai budaya ataupun tradisi. Di Indonesia, wisata religi tidak pernah sepi pengunjung dan tidak turun peminatnya adalah wisata religi ziarah makam, khususnya di Pulau Jawa. Sebagian besar kepercayaan yang dianut oleh masyarakat umat Islam. Oleh karena itu, terdapat beberapa wali yang terkenal dikalangan masyarakat, yaitu seseorang yang mempunyai keilmuan yang religius dan keistimewaan tersendiri yang dekat dengan Tuhan. Selain itu, masyarakat juga mengenal adanya para ulama, yaitu seseorang yang memiliki keilmuan yang tinggi dalam ilmu dunia dan akhirat yang diamalkan dalam kehidupan sehari-hari, dan juga masih dianggap keturunan dengan para wali sehingga sampai meninggal mereka masih tetap dikenang masyarakat. Makam ulama yang terkenal dan banyak dikunjungi masyarakat dari berbagai daerah, khususnya Jawa Timur adalah makam K.H Abdurrahman Wahid, yang lokasinya berada di Pondok Pesantren Tebuireng Kabupaten Jombang Jawa Timur. Makam beliau berdiri sejak 15 tahun lalu tetapi makam tersebut tidak turun peminat untuk dikunjungi dengan berbagai alasan, salah satunya adalah alasan untuk berziarah ke makam ulama besar yang ada di Indonesia.

Data kunjungan tiga tahun terakhir 2022-2024 menunjukkan peningkatan yang signifikan di objek wisata religi makam Gus Dur. Pada tahun 2022, jumlah pengunjung tercatat sekitar 899.227 orang. Tahun 2023, pengunjung meningkat menjadi sekitar 931.283 orang, hampir mencapai satu juta pengunjung sepanjang tahun. Pada tahun 2024 pengunjung makam Gus Dur membludak dengan kenaikan sekitar satu juta orang. Pada hari biasa, jumlah pengunjung berkisar antara 3.000 hingga 5.000 orang, tetapi saat libur khusus seperti Haul Gus Dur dan momen tertentu kunjungan mengalami peningkatan hingga belasan ribu orang.

Untuk meningkatkan minat berkunjung destinasi wisata religi makam K.H Abdurrahman Wahid, diperlukan strategi strategi pengembangan yang komprehensif.¹⁸ Salah satunya adalah melalui analisis dimensi *Attraction* (Atraksi), *Accessibility* (Aksesibilitas), *Amenity* (Fasilitas), dan *Ancillary* (Pendukung). Berdasarkan hasil observasi pra penelitian di makam K.H. Abdurrahman Wahid (Gus Dur) di Kabupaten Jombang, Adaya daya tarik *Attraction* yang kuat, di mana makam ini tidak hanya menjadi tempat ziarah spiritual bagi umat Islam, tetapi juga sebagai simbol kebhinekaan dan sejarah tokoh besar bangsa. Aksesibilitas *Accessibility* ke lokasi sangat baik dengan jalur transportasi yang mudah dijangkau dari pusat kota, serta tersedianya area parkir yang luas. Fasilitas pendukung *Amenity* di sekitar makam cukup memadai, dengan adanya tempat beribadah umat muslim, toilet, serta tempat makan yang memberikan kenyamanan bagi para peziarah. Selain itu, layanan pendukung *Ancillary* seperti pemandu lokal yang memberikan informasi tentang sejarah Gus Dur, serta toko-toko souvenir yang menjual barang-barang religius dan khas daerah, menambah kesan mendalam selama kunjungan tersebut. Sehingga peneliti menyatakan terdapat potensi yang besar sebagai destinasi wisata yang menggabungkan nilai budaya, sejarah, spiritual hingga ekonomi masyarakat pada objek wisata religi makam K.H Abdurrahman Wahid di Kabupaten Jombang.¹⁹

Wisata religi makam merupakan salah satu sektor pariwisata yang berkembang pesat yang memuat tokoh-tokoh

¹⁸ Yulfan Arif Nurohman and Rina Sari Qurniawati, “Strategi Pengembangan Desa Wisata Menggoro Sebagai Wisata Halal,” *Among Makarti* 14, no. 1 (2021): 1–14.

¹⁹ Hasil observasi pra penelitian di wisata religi makam K.H Abdurrahman Wahid 13 Februari 2025

nasionalis, ulama dan kiai. Dan saat ini yang terkenal hingga ke pelosok negeri yaitu makam Presiden ke 4 K.H Abdurrahman Wahid yang terkenal disapa Gus Dur beliau merupakan Sunan Tebuireng, Kyai Humanisme, Bapak Pluralisme itulah sebutan-sebutan beliau dikalangan masyarakat. Beliau dianggap oleh masyarakat sebagai ulama ataupun wali sehingga menjadi tempat tujuan untuk jenis wisata religi, tidak hanya berasal dari Jawa Timur, sejumlah ziarah juga berasal dari berbagai luar pulau. K.H Abdurrahman Wahid yang kerap disapa Gus Dur berpulang ke rahmatullah pada 30 Desember 2009. Beliau adalah presiden ke 4 dari tahun 1999 sampai 2001 yang juga merupakan tokoh bangsa. Sejarah mencatat bahwa Gus Dur juga merupakan ulama besar. Beliau dimakamkan di Pondok Pesantren Tebuireng Jombang Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang. Tak heran jika para peziarah berbondong-bondong mendatangi makam Gus Dur. Bahkan setelah bertahun-tahun Gus Dur wafat makamnya masih tetap ramai dikunjungi peziarah.²⁰

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti akan membahas tentang “**Analisis Dimensi *Attraction Accessibility Amenity Ancillary* Dalam Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Pada Destinasi Wisata Religi Makam K.H Abdurrahman Wahid di Kabupaten Jombang**”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana fenomena makam ulama yaitu K.H Abdurrahman Wahid yang lokasinya berada di Pondok pesantren Tebuireng Kabupaten Jombang, sebagai destinasi wisata religi yang tidak pernah sepi peminat kunjungan untuk melakukan aktivitas berziarah, dan pada penelitian ini juga mengkaji bagaimana penerapan dimensi *Attraction* (Atraksi),

²⁰ Firdaus Syah, “Tradisi Keintelektualan Pemikiran Dan Biografi Abdurrahman Wahid (Gus Dur),” *EDU-RILIGIA: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam dan Keagamaan* 5, no. 2 (2022): 112–133.

Accessibility (Aksesibilitas), *Amenity* (Fasilitas), dan *Ancillary* (Layanan Pendukung) di makam sudah terlaksana ataupun masih kurang.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah diatas berikut ini peneliti menyusun beberapa pertanyaan yang akan digunakan sebagai acuan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan dimensi *attraction* dalam meningkatkan minat berkunjung pada destinasi wisata religi makam K.H Abdurahman Wahid di Kabupaten Jombang ?
2. Bagaimana penerapan dimensi *accessibility* dalam meningkatkan minat berkunjung pada destinasi wisata religi makam K.H Abdurahman Wahid di Kabupaten Jombang ?
3. Bagaimana penerapan dimensi *amenity* dalam meningkatkan minat berkunjung pada destinasi wisata religi makam K.H Abdurahman Wahid di Kabupaten Jombang ?
4. Bagaimana penerapan dimensi *ancillary* dalam meningkatkan minat berkunjung pada destinasi wisata religi makam K.H Abdurahman Wahid di Kabupaten Jombang ?
5. Apa saja faktor penghambat dan pendukung yang terdapat pada destinasi wisata religi makam K.H Abdurahman Wahid di Kabupaten Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat ,dapat diketahui tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penerapan dimensi *attraction* dalam meningkatkan minat berkunjung pada destinasi wisata religi makam K.H Abdurahman Wahid di Kabupaten Jombang
2. Untuk mengetahui penerapan dimensi *accessibility* dalam meningkatkan minat berkunjung pada destinasi wisata religi makam K.H Abdurahman Wahid di Kabupaten Jombang
3. Untuk mengetahui penerapan dimensi *amenity* dalam meningkatkan minat berkunjung pada destinasi wisata religi makam K.H Abdurahman Wahid di Kabupaten Jombang
4. Untuk mengetahui penerapan dimensi *ancillary* dalam meningkatkan minat berkunjung pada destinasi wisata religi makam K.H Abdurahman Wahid di Kabupaten Jombang
5. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung yang terdapat pada destinasi wisata religi makam K.H Abdurahman Wahid di Kabupaten Jombang

D. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian ini, adapun manfaat yang dapat dipergunakan antara lain sebagai berikut :

1. Secara Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan mengetahui hasil penerapan dimensi *attraction*, *accessibility*, *amenity*, dan *ancillary* pada destinasi wisata religi K.H Abdurrahman Wahid di Kabupaten Jombang. Penelitian ini diajukan oleh peneliti sebagai tugas akhir menempuh pendidikan jenjang S1 Program Studi Pariwisata Syariah ,UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi pengelola

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam upaya mengembangkan suatu destinasi wisata dan strategi pengelolanya.

b) Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan dan pengetahuan dalam bidang pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

c) Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi Sarjana Pariwisata Sayariah, sehingga dari penelitian ini dapat menjadikan ilmu tambahan dan ide gagasan ilmiah di bidang kepariwisataan.

d) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian analisis dimensi *attraction*, *accessibility*, *amenity*, dan *ancillary* pada destinasi wisata religi K.H Abdurrahman Wahid di Kabupaten Jombang ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi para peneliti selanjutnya dengan suatu permasalahan yang sama, dengan ini dapat meningkatkan pengetahuan penelitian yang akan mendatang serta inovasi baru, sehingga dapat memberikan kemanfaatan dan wawasan yang luas.

E. Batasan Masalah

Penelitian ini membahas tentang bagaimana analisis dimensi *attraction*, *accessibility*, *amenity*, dan *ancillary* dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan pada destinasi wisata religi. Analisis dimensi *attraction*, *accessibility*, *amenity*, dan

ancillary merupakan pengertian dari *attraction* (Atraksi), *accessibility* (Aksesibilitas), *amenity* (Fasilitas), dan *ancillary* (Pendukung), yaitu memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan wisata religi. Atraksi dari destinasi wisata religi makam K.H Abdurrahman Wahid ini dapat melibatkan terdapat silsilah makam keluarga daya tarik wisata religi dengan kunjungan peziarah yang tinggi dan beberapa batu nisan multi bahasa. Di sisi lain pada segi aksesibilitas terkait dengan beberapa tantangan jalan menuju makam sering mengalami kepadatan lalu lintas akibat aktivitas pariwisata dan parkir yang berada ditepi jalan sehingga mengganggu kelancaran kendaraan. Pada segi fasilitas ruangan tempat berdoa yang nyaman, toilet, musholla dan terdapat banyak kios yang menjual oleh-oleh dan makanan di sepanjang jalan menuju makam. Pada segi pendukung terdapat infrastruktur museum untuk mendukung pengalaman pengunjung.

Destinasi wisata religi merupakan salah satu jenis wisata yang perlu dikembangkan sehingga memanfaatkan analisis dimensi *attraction*, *accessibility*, *amenity*, dan *ancillary* ini menjadi berkelanjutan. Dengan memaksimalkan 4 dimensi tersebut serta faktor penghambat dan pendukung juga diperlukan adanya inovasi dan evaluasi pada segi atraksi, aksesibilitas fasilitas dan pendukung dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan pada destinasi wisata religi. Selain itu terdapat dukungan pemerintah daerah dan pusat berperan dalam penyediaan dana serta pengembangan fasilitas wisata religi juga keterlibatan partisipasi masyarakat lokal dalam promosi dan pengelola kawasan wisata untuk memastikan pariwisata berkelanjutan dalam jangka waktu yang panjang.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul dan topik penelitian, penegasan istilah diantaranya dibagi menjadi dua kategori: konseptual dan operasional. Berikut ini adalah penjelasan untuk masing-masing penegasan istilah konseptual dan operasional:

1. Definisi Konseptual

a. *Attraction* (Atraksi)

Dimensi *Attraction* adalah dimensi yang paling penting karena dengan adanya faktor ini mempengaruhi menarik wisatawan berkunjung mengunjungi destinasi wisata daya Tarik wisata ada 3 (tiga) yaitu: atraksi keindahan alam atraksi budaya dan atraksi buatan manusia. Dengan mengembangkan daya tarik wisata ini maka banyak wisatawan yang akan berkunjung ke destinasi wisata tersebut.

Menurut Pendit dalam Marsono, Pariwisata alam adalah pariwisata yang berdasar kepada Natural Resources dari obyek wisata tersebut sebagai daya tarik utamanya²¹. Menurut Junaedi dkk, Atraksi budaya adalah daya tarik dalam suatu destinasi wisata sehingga wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata²². Sedangkan atraksi buatan menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 14 2010-2025 adalah daya tarik yang sengaja dibuat oleh manusia disuatu destinasi

²¹ Marsono, M, *Paradigma Historis Backpacking Travel Sebagai Perjalanan Wisata*. Jurnal Pariwisata Terapan, . (2019). 3(1), Hal. 34-54.

²² Junaedi et.al, I. W. R. *Membangun Pariwisata Dari Desa: Desa Wisata Blimbingsari Jembrana Bali Usaha Transformasi Ekonomi*. Deepublish. (2018).

wisata yang merupakan kreasi artifisial serta kegiatan lainnya diluar dari atraksi alam dan budaya.

b. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas sangat berpengaruh dimana dimensi accessibility dalam konteks pariwisata mempengaruhi perjalanan wisatawan ke suatu tujuan destinasi wisata. Kemudahan akses menuju destinasi wisata, termasuk transportasi dan jarak. Menurut Sugiama aksesibilitas adalah tingkat intensitas suatu daerah tujuan wisata atau destinasi dapat dijangkau oleh wisatawan. Fasilitas dalam aksesibilitas seperti jalan raya, rel kereta api, jalan tol, terminal, stasiun kereta api, dan kendaraan roda empat²³. Menurut Stange Akses adalah bagaimana seseorang untuk mencapai tujuan dari tempat asalnya. Apakah aksesnya mudah atau sulit²⁴. Dengan mengembangkan dimensi ini dengan baik akan membuat wisatawan tertarik mengunjungi ini termasuk semua faktor yang membuat wisatawan mudah untuk mencapai bergerak dan menikmati fasilitas dan atraksi di destinasi wisata tersebut.

c. *Amenity* (Fasilitas)

Amenity adalah dimensi yang mendukung kebutuhan wisatawan mengenai sarana dan prasarana yang ada di objek wisata. Menurut Kotler & Keller fasilitas adalah sumber daya fisik yang dapat digunakan wisatawan ketika

²³ Sugiama. *Ecotourism : Pengembangan Pariwisata Berbasis Konservasi Alam*. Guardaya Intimart (2011).

²⁴ Stange, M., Brown, D. G., Harrigan, K., & Dixon, M. Built-in Bad Luck: Evidence of Near-Miss Outcomes by Design in Scratch Cards. *Journal of Gambling Issues*, (2015). 36, 51–64.
<https://doi.org/10.4309/jgi.v0i36.3977>

wisatawan berkunjung ke suatu destinasi wisata salah satunya adalah ketersediaan rumah makan²⁵. Pelayanan lain menurut Harjanti adalah faktor penentu keberhasilan produk wisata dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan para wisatawan²⁶. Ketersediaan amenities yang baik dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan.

d. *Ancillary* (Layanan pendukung)

Ancillary ini merupakan layanan tambahan yang disediakan pemerintah organisasi maupun pemilik wisata untuk mendukung potensi wisata tersebut yang diberikan kepada wisatawan atau pelaku wisata. Layanan tambahan ini seperti pemasaran, infrastruktur serta suatu peraturan perundang-undangan.

Menurut Emelya pengelolaan objek wisata merupakan suatu rangkaian kegiatan yang meliputi merencanakan, mengorganisasikan dan mengarahkan, dan mengawasi kegiatan manusia dengan memanfaatkan material dan fasilitas alam yang ada sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung²⁷. Sarana dapat diartikan sebagai usaha yang secara langsung ataupun tidak langsung memberikan dampak positif kepada wisatawan

²⁵ Kotler, P., & Keller, K. *Marketing management (Fourth Eur)*. Pearson Education Limited. <https://doi.org/LK> - <https://worldcat.org/title/1108545798>. (2019).

²⁶ Harjanti, S. *Pelayanan Prima Bagi Para Front Liner Kepariwisataaan*. UPN Veteran Yogyakarta. (2022).

²⁷ Emelya, A). *Pengaruh Pengelolaan Objek Wisata Dakwah Okura Terhadap Pendapatan Masyarakat Kelurahan Tebing Tinggi Okura Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*. Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2018.

ketika berkunjung ke suatu destinasi wisata, sedangkan menurut Oktavianita prasarana adalah sumber daya alam atau sumber daya buatan yang dibutuhkan oleh wisatawan ketika menuju suatu destinasi wisata²⁸.

2. Definisi Operasional

Faktor yang mempengaruhi minat berkunjung yaitu adanya dimensi yang memadai guna memenuhi kebutuhan kepariwisataan pada suatu objek daya tarik wisata. Pariwisata juga merupakan suatu tempat untuk mengeksplorasi serta menikmati keindahan, sosial budaya dan manfaatnya. Dalam hal ini wisatawan juga memiliki peran sangat penting sebagai perkembangan daerah wisata yang berkelanjutan sehingga memiliki dampak positif untuk meningkatkan fasilitas dan faktor penunjang lainnya. Definisi operasional pada penelitian yaitu upaya melakukan analisis tentang Attraction (Atraksi), Accesibility (Aksesibilitas), Amenity (Fasilitas dan Ancillary (Layanan pendukung) pada minat berkunjung wisatawan religi makam K.H Abdurrahman Wahid dengan cara yang tepat. Hal tersebut sebagai tujuan untuk memenuhi harapan pengelola wisata hingga masyarakat setempat untuk objek wisata religi kawasan makam Gus Dur dan tempat wisata lainnya dengan tujuan untuk dilakukannya penelitian sebagai bahan rujukan.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika ini disusun untuk dapat menyampaikan maksud dan gambaran yang jelas dalam masing-masing bab yang memiliki

²⁸ Oktavianita, A. *Persepsi Dan Preferensi Pengunjung Tentang Objek Wisata Geopark Ciletuh Kabupaten Sukabumi*. Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia, (2019).

sub bab, sehingga dapat memberikan penjelasan secara terperinci dan mudah dipahami. Sistematika penyusunan skripsi dibagi menjadi tiga bagian. Bagian awal berisi tentang halaman sampul depan, halaman judul halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak. Bagian utama terdiri dari:

BAB I PENDAHULUAN Terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, penegasan istilah, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II KAJIAN PUSTAKA Terdiri dari teori tentang minat berkunjung wisatawan pada pengembangan wisata dan bisnis pariwisata, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.

BAB III METODE PENELITIAN Terdiri dari lokasi dan jenis penelitian, data yang digunakan, sumber data dan teknik analisa penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN Merupakan terdiri bagian dari hasil dan temuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN Merupakan pembahasan hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP Menguraikan kesimpulan dan saran Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.