

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia kekayaan alam, keanekaragaman budaya dan warisan sejarah menjadi modal utama dalam pengembangan destinasi wisata yang berdaya saing tinggi, termasuk pengembangan wisata religi. Wisata religi tidak hanya menawarkan hiburan semata, tetapi juga pengalaman spiritual dan religiusitas atau pemahaman nilai-nilai keagamaan. Saat ini, tren wisata religi semakin mendapat perhatian yang besar dari para wisatawan¹. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah kunjungan ke berbagai destinasi wisata religi, baik di tingkat nasional maupun Internasional.

Meskipun potensi perkembangan wisata religi di Indonesia cukup besar, namun wisata religi ini masih mendapatkan banyak tantangan. Tantangannya yaitu kurangnya kerjasama, konsolidasi dan sinkronisasi antara pemerintah pusat dan daerah pengembangan destinasi, minimnya promosi pariwisata, menurunnya citra pariwisata yang dipicu oleh faktor-faktor yaitu isu bencana, keterbatasan tenaga profesional dibidang kebudayaan dan pariwisata, serta rendahnya kesadaran masyarakat dalam menjaga fasilitas dan layanan wisata yang ada². Maka, dibutuhkan kebijakan pemerintah agar wisata religi dapat dikembangkan dengan optimal, mengingat negeri ini memiliki kekayaan situs religi yang sangat beragam

¹ Bram, "Pengaruh Motivasi Wisatawan, Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Wisata Religi Makam Syekh Burhanuddin," 2024.

² Syafuri Naf'an Tarihoran, "Masjid Sebagai Pusat Wisata Religi,," 2018.

dan tersebar luas di berbagai daerah, mulai dari makam tokoh agama, rumah ibadah bersejarah, hingga tradisi keagamaan yang unik .

Salah satu Provinsi di Indonesia yang memiliki destinasi wisata religi yang terkenal yaitu Sumatera Barat. Keunikan dan keindahan masjid, makam tokoh agama yang ada di Sumatera Barat memberikan potensi besar untuk memajukan sektor wisata religi³. Selain itu, Provinsi ini memiliki berbagai lokasi wisata religi yang menarik. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Sumatera Barat terhadap kunjungan wisatawan sebagai berikut :

Tabel 1. 1

Kunjungan Wisatawan ke Semua Destinasi Wisata yang Ada di Kota Padang 2019-2024

No.	Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan
1.	2019	3.869.649
2.	2020	1.383.620
3.	2021	1.566.155
4.	2022	1.919.220
5.	2023	2.776.296
6.	2024	4.030.529

Sumber Data : Badan Pusat Statistik Sumatera Barat

Berdasarkan data menurut Badan Pusat Statistik Sumatera Barat tentang jumlah kunjungan wisatawan ke semua destinasi wisata termasuk wisata religi yang ada di

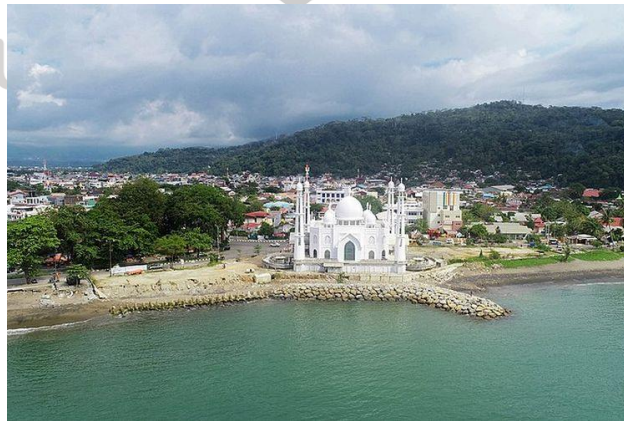
³ Yulia Afeni, “Pengelolaan Masjid Al-Hakim Sebagai Cikal Bakal Wisata Religi Di Kota Padang” 1 (2022).

Kota Padang, pada tahun 2019-2020 mengalami penurunan jumlah wisatawan. Pada tahun 2019 jumlah wisatawan yang berkunjung yaitu sebanyak 3.869.649 orang. Satu tahun kemudian, pada tahun 2020 jumlah wisatawan menjadi 1.383.620 orang, hal ini terjadinya penurunan jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 2.486.029 orang, akibat dari dampak musibah pandemi Covid-19 yang dimana, terjadinya keterbatasan mobilitas dan pembatasan aktivitas masyarakat sehingga ekonomi termasuk sektor pariwisata mengalami penurunan. Lalu pada tahun 2020-2024 keadaan mulai membaik yang ditandai dengan peningkatan wisatawan yang cukup tinggi setiap tahunnya terutama pada tahun 2023-2024.

Salah satu objek wisata yang menjadi incaran para wisatawan muslim di Kota Padang yakni destinasi wisata religi Masjid Al-Hakim yang berlokasi di Jl. Samudera, Kelurahan Berok Nipah, Kec. Padang Barat Kota Padang, Sumatera Barat. Alasan pemilihan objek penelitian ini di Kota Padang merupakan pintu masuk dan keluarnya wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Besar kunjungan setiap wisatawan yang masuk ke Sumatera Barat yang menggunakan maskapai penerbangan pasti akan berkunjung ke Kota Padang, hal ini dapat kita lihat pada data kunjungan wisatawan di Kota Padang yang bersumber dari Badan Pusat Statistik Sumatera Barat. Jadi, besar kemungkinan wisatawan akan mengunjungi Masjid Al-Hakim mengingat lokasinya yang strategis terletak di pusat kota. Suasana Masjid Al-Hakim yang tenang dan sejuk dapat membantu pengunjung mencapai keadaan khusyuk dalam beribadah, menciptakan rasa damai dan tentaram dalam jiwa sehingga dapat memperkuat ikatan emosional dengan Tuhan.

Keunikan yang menjadi daya tarik dari wisata religi Masjid Al-Hakim yakni memiliki desain arsitektur yang megah bernuansa Taj Mahal, India. Selain itu, lokasinya yang berada di tepi Pantai Padang yang merupakan objek pendukung menarik minat wisatawan untuk berkunjung menyaksikan panorama matahari terbenam dari masjid sembari menunggu adzan magrib⁴. Berdasarkan hasil pengamatan dan juga wawancara yang peneliti lakukan, peneliti melihat bahwa Masjid Al-Hakim ini difungsikan tidak hanya sekedar tempat untuk melaksanakan ibadah saja, namun pengunjung juga bisa melakukan kegiatan edukasi di perpustakaan yang disediakan, serta menikmati keindahan alam sekitar yang menjadi objek pendukung daya tarik wisata .

Gambar 1. 1
Pemandangan Masjid Al-Hakim Padang Dari Atas



⁴ Ulfa Arieza, "Pesona Masjid Al Hakim Padang, Mirip Taj Mahal Di Tepi Pantai," Kompas.com, 2023, <https://travel.kompas.com/read/2023/04/10/175000327/pesona-masjid-al-hakim-padang-mirip-taj-mahal-di-tepi-pantai?page=all>.

Gambar 1. 2

Pemandangan Masjid Al-Hakim Padang di Waktu Maghrib



Gambar 1. 3

Bangunan Masjid Al-Hakim Padang dari depan



Arsitektur Masjid Al-Hakim yang berwarna putih dengan ornamen berwarna kuning keemasan serta memiliki lima kubah dan empat menara. Pada bagian kubah dan jendela masjid terdapat ornamen kaligrafi yang menambah keindahan masjid ini. Selain itu, memiliki tata ruang yang memperhatikan adab dan fungsi ibadah. Hal ini yang menjadi daya tarik dari wisata religi Masjid Al-Hakim yang menawarkan keindahan arsitektur yang mencerminkan prinsip-prinsip syariah. wisata Masjid ini tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat kegiatan sosial dan edukasi. Disini, terdapat berbagai program yang bermanfaat bagi masyarakat yakni, program ATM Beras yang menyediakan beras gratis untuk seratus keluarga prasejahtera disekitar masjid, diadakannya pengajian islam yang dihadiri oleh ustad dalam maupun luar negeri dan berbagai lomba keagamaan untuk semua kalangan umur, serta untuk pengembangan ekonomi umat, Masjid Al-Hakim menjadi wadah bagi para pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka.

Kemudian fasilitas yang tersedia di masjid ini antara lain, ruang shalat utama yang luas dan sejuk dengan ac yang banyak disetiap sudut ruang, tempat wudhu dan toilet yang bersih dan terawat, area parkir yang luas, aula serbaguna, perpustakaan

dan menyediakan jalan khusus kaum difabel. Selain itu, Masjid Al-hakim menyediakan fasilitas pendukung diantaranya makan siang gratis setiap hari jum'at berkah, coffe corner, toko souvenir dan program sosial yaitu kegiatan pengajian serta lomba MTQ dan Da'i yang dapat dihadiri oleh masyarakat dan wisatawan luar. Lokasi Masjid Al-Hakim ini sangat strategis, jika pengunjung ingin bermalam terdapat banyak tempat penginapan disekitar masjid ini yang sesuai dengan syari'at islam.

Pengalaman emosional yang dirasakan wisatawan selama berkunjung dapat mempengaruhi niat mereka untuk datang kembali dimasa depan. Mengunjungi tempat ibadah masjid, membuat pengunjung merasakan kedekatan dengan tuhan melalui do'a, dzikir dan perenungan makna kehidupan sesuai ajaran agama. Emosi yang dirasakan wisatawan dapat beragam, yaitu sedih, senang, terharu, rasa khushuk, perasaan damai dan ketenangan batin selama berkunjung. Pengalaman spiritual di masjid dapat memperkuat keyakinan dan meningkatkan pemahaman tentang ajaran agama. Hal ini dapat memotivasi pengunjung untuk menjalankan perintah agama dengan lebih baik.

Masjid memiliki nilai religius tinggi dapat menumbuhkan rasa syukur atas nikmat tuhan yang diberikan. Selain itu, wisata religi dapat menjadi momen refleksi diri dimana pengunjung dapat merenungkan perjalanan hidup, mengevaluasi diri, dan memperbaiki diri sesuai dengan nilai-nilai agama. Wisata religi juga dapat mempererat tali silaturahmi antar umat islam, menciptakan rasa persaudaraan dan kebersamaan dalam menjalankan ibadah. *Emotional Experience* berkaitan dengan

perasaan dan emosi yang dirasakan wisatawan sebagai respon selama berwisata yang dapat mempengaruhi persepsi dan interaksi wisatawan. Aspek tersebut menjadi salah satu elemen penting yang dapat menentukan niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.

Selain itu, niat berkunjung kembali dipengaruhi oleh daya tarik wisata. Daya tarik wisata meliputi segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, keaslian, dan nilai yang menjadi motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi objek wisata⁵. Keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menarik, unik, dan mampu memberikan pengalaman yang berkesan akan menciptakan kepuasan dan membangun persepsi positif di benak wisatawan. Dalam konteks wisata religi daya tarik wisata masjid dapat berupa keunikan arsitekturnya, program kegiatan keagamaan dan pusat pendidikan islam yang dapat menambah wawasan wisatawan, serta sebagai tempat penziarah islam. Kepuasan dan kesan positif yang diperoleh wisatawan dari daya tarik wisata berupa keindahan alam, kekayaan budaya lokal, maupun wahana buatan dapat meningkatkan kecenderungan mereka untuk melakukan kunjungan ulang dimasa mendatang.

Selanjutnya yang mempengaruhi niat wisatawan untuk berkunjung kembali yaitu fasilitas. Fasilitas pariwisata merupakan salah satu komponen penting dalam menciptakan kenyamanan dan kepuasan wisatawan selama berkunjung ke suatu

⁵ Makhin Almansur, "Pengaruh Atraksi Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Revisit Intention Dengan Kepuasan Wisata Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Objek Wisata Pantai Mliwis Ambal)," 2024, 1–22.

destinasi⁶. Fasilitas terbagi menjadi fasilitas umum dan fasilitas pendukung. Fasilitas umum dapat berupa toilet umum, tempat sampah, fasilitas difabel, tempat peristirahatan, dan area parkir. Sedangkan fasilitas pendukung meliputi perpustakaan sebagai tempat edukasi, fasilitas keamanan dan petugas wisata⁷. Semua fasilitas tersebut menjadi faktor yang memengaruhi pengalaman wisata secara keseluruhan. Ketersediaan dan kualitas fasilitas yang baik dapat mendukung aktivitas wisatawan dengan lebih optimal, sehingga mereka merasa dihargai, aman, dan nyaman selama berada di destinasi tersebut. Hal ini secara langsung berdampak pada pembentukan persepsi positif terhadap destinasi dan meningkatkan kemungkinan wisatawan untuk berkunjung kembali di masa mendatang.

Mencapai kepuasan pengunjung merupakan salah satu tujuan utama setiap pariwisata. Dalam pariwisata, tingkat kepuasan ditunjukkan sebagai fungsi dari ekspektasi *before the trip and after the trip* yaitu pada saat wisatawan menemui perasaan yang menyenangkan maka mereka akan puas. Kepuasan juga merupakan respon positif pengunjung ketika menggunakan produk atau jasa suatu destinasi wisata dan dapat menjadi ukuran keberhasilan suatu destinasi wisata⁸. Dilihat dari sudut pandang wisatawan, wisatawan yang merasa puas akan berpengaruh terhadap niat berkunjung kembalinya pada suatu objek wisata. Dengan demikian, kepuasan

⁶ Dewi Ratna Sari, "Pengaruh Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Margasatwa Semarang" 18, no. 2 (2022): 80–90.

⁷ Sugiri Nuryadin, "Analisis Ketersediaan Fasilitas Di Objek Wisata Pantai Nirwana Kota Baubau" 12, no. 4 (2023): 264–71.

⁸ Liliek Nur Sulistiyowati dan Rizal Ula Ananta Fauzi Sulistyanda Bella, "Pengaruh Pengalaman Pengunjung Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Wisatawan Telaga Sarangan," no. September 2022 (n.d.).

merupakan kunci utama untuk dapat meningkatkan jumlah pengunjung⁹.

Berdasarkan studi literatur terdahulu terkait niat kunjung ulang wisatawan ke wisata religi dipengaruhi beberapa faktor. Daya tarik wisata, citra destinasi dan fasilitas merupakan faktor yang berpengaruh pada niat wisatawan untuk berkunjung kembali¹⁰. Faktor lainnya yang mempengaruhi niat berkunjung kembali wisata religi yaitu *emotional experience* yang dimediasi oleh kepuasan pengunjung¹¹. Berdasarkan variabel-variabel dari faktor tersebut, penulis memilih beberapa variabel yaitu *emotional experience*, daya tarik wisata dan fasilitas dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi untuk digabungkan. Penulis mencoba untuk memasukkan variabel *emotional experience* sebagai variabel independen yang menjadi *novelty* penelitian penulis dengan penelitian terdahulu.

Meskipun beberapa peneliti telah menekankan pentingnya *emotional experience* untuk keunggulan kompetitif destinasi pariwisata, namun penelitian empiris tentang *emotional experience* dalam pengaturan pariwisata dan lebih khusus lagi dampak komponen dan dimensi *emotional experience* yang lebih kompleks pada niat berkunjung kembali wisatawan masih terbatas. Selain itu, ada perbedaan hasil penelitian tentang pengaruh daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali wisatawan, yaitu penelitian yang dilakukan Alit menunjukkan

⁹ Herliani Izhar and Yurni Suasti, "Pengaruh Kepuasan Wisatawan Terhadap Niat Berkunjung Kembali Pada Objek Wisata Nagari Tuo Pariangan" 3, no. 5 (2023): 6083–90.

¹⁰ Ratnawili Yozi Ardiansyah, "Daya Tarik, Citra Destinasi, Dan Fasilitas Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Ulang Pada Objek Wisata Wahana Surya Bengkulu Tengah" 2, no. 2 (2021): 129–37.

¹¹ Irene Kanina Ratih, "Mediasi Kepuasan Dalam Pengaruh Pengalaman Emosional Terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Pantai" 2024.

berpengaruh positif dan signifikan¹². Sementara itu hasil penelitian Dinar hasil menemukan bahwa daya tarik wisata tidak berpengaruh terhadap niat kunjung ulang¹³. Oleh karena itu, kesenjangan pengetahuan yang ada dapat peneliti jadikan sebagai *research gap* atau celah penelitian yang menunjukkan fokus dari penelitian ini dan menjadi kesempatan bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan memberikan kontribusi baru.

Berdasarkan data dan fenomena yang ditemukan, tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah *emotional experience*, daya tarik wisata, dan fasilitas yang dimediasi oleh kepuasan pengunjung mempengaruhi niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang, yang memberikan pemahaman dan pengetahuan kepada peneliti hal-hal yang mempengaruhi niat berkunjung ulang wisatawan ke objek wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang diberi judul **“Pengaruh *Emotional Experience*, Daya Tarik Wisata, Dan Fasilitas Terhadap Niat Berkunjung Kembali Wisata Religi Masjid Al-Hakim Kota Padang Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pengunjung”**.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan dapat terarah dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksud, maka penulis memberikan batasan masalah pada

¹² Alit, “Analisis Daya Tarik Wisata, Harga, Promosi, Fasilitas Wisata, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Objek Wisata Jember Mini Zoo” 4, no. 1 (2023): 51–65.

¹³ Dinar Eka Alnawati, “Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Wisata Terhadap Minat Berkunjung Ulang Melalui Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pada Pengunjung Wisata New Mitra Apel, Kota Batu)” 13, no. 01 (2023): 234–44.

penelitian ini dimana penelitian ini terfokus untuk melihat bagaimana Pengaruh *emotional experience*, daya tarik wisata, dan fasilitas terhadap niat berkunjung kembali wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang yang dimediasi oleh kepuasan pengunjung, pada wisatawan atau masyarakat yang sebelumnya sudah pernah mengunjungi objek wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang yang berasal atau menetap di Provinsi Sumatra Barat.

C. Rumusan Masalah

Agar pembahasan penelitian lebih terarah, maka perlu disusun rumusan masalah yang mengacu pada latar belakang dan batasan masalah yang telah diuraikan, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *emotional experience* terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang ?
2. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang ?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang ?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan pengunjung terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang ?
5. Bagaimana pengaruh *emotional experience* terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi ?

6. Bagaimana pengaruh daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi ?
7. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi ?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh *emotional experience* terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang
2. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang
4. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengunjung terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang
5. Untuk mengetahui pengaruh *emotional experience* terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi
6. Untuk mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang dengan

kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi

7. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap niat berkunjung kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Dapat memberikan kontribusi bagi pemikiran untuk memperluas cakrawala berfikir dan Sebagai suatu tambahan referensi untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Manajemen Pariwisata Religi.

2. Manfaat Praktis

Memberikan informasi kepada pengelola objek wisata maupun Dinas Pariwisata setempat akan pengaruh *emotional experience*, daya tarik wisata dan fasilitas terhadap niat mengunjungi kembali wisatawan ke wisata religi Masjid Al-Hakim Kota Padang yang dimediasi oleh kepuasan pengunjung.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisikan pendahuluan yang mencakup beberapa unsur, seperti latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, serta tujuan dan manfaat melakukan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan tinjauan pustaka, penelitian terdahulu kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan tentang jenis dan metode penelitian, tempat penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen peneliti, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisikan tentang deskripsi responden penelitian, variabel penelitian, analisis hasil data penelitian uji SEM, pembahasan dan implikasi.

BAB V : Penutup

Bab ini berisikan tentang kesimpulan, keterbatasan, dan saran penelitian.