

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini keberadaan situs religi sudah sangat populer di tengah-tengah masyarakat, sehingga keberadaan situs religi ini lebih dari hanya sekedar situs untuk dikunjungi dan sebagai tujuan untuk bertakziah namun juga seiring dengan perkembangan zaman situs religi yang ada tersebut memberikan nilai keekonomisan yang lain yaitu sebagai media untuk berdakwah dan berniaga.

Salah satu situs religi yang seiring waktu berubah menjadi situs wisata religi ialah situs “Makam Syaikhona Kholil” di Bangkala. Makam Syaikhona Kholil ini sekarang sudah menjelma bukan hanya tempat ziarah namun juga tempat wisata yang menawarkan keunikan sendiri. Peziarah selain bisa melakukan takziah atau ziarah mereka bisa juga wisata untuk memanjakan diri, dalam hal ini wisata belanja karena banyaknya pusat perbelanjaan yang hadir di sekitar situs tersebut.

Perkembangan situs religi makam Syaikhona Kholil ini juga karena adanya pihak-pihak lain yang secara langsung memanfaatkan keberadaan situs tersebut sebagai komoditi yang cukup diperhitungkan keuntungannya, sehingga secara langsung atau tidak hal inilah yang kemudian menjadikan situs makam Syaikhona Kholil ini berkembang dengan begitu pesat dan cepat.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang diharapkan dapat sebagai penghasil devisa utama, dan berperan dalam pengembangan wilayah. Selain itu juga berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan daerah, sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat. dengan tetap menjaga kelestarian lingkungan alami, fisik, sosial, dan budaya. Kemampuan daerah dalam mengembangkan kepariwisataan berkelanjutan yang memberikan manfaat kepada setiap pihak merupakan tantangan yang harus dijawab setiap daerah di era otonomi sekarang. Manfaat yang dirasakan masyarakat setempat atas peningkatan pendapatan dan keterlibatannya dalam pembangunan kepariwisataan akan berdampak pula pada makin besarnya kontribusi kegiatan pariwisata terhadap pendapatan daerah.

Sejalan dengan berkembangnya ekonomi maka wisata religi ini sangat menguntungkan bagi masyarakat desa bangkalan, dengan adanya makam wisata religi syaikhona kholil bangkalan alat transportasi semakin bagus, jalan-jalan yang dulunya tidak bagus sekarang semakin bagus maka dengan ini masyarakat bangkalan mempunyai omset yang semakin banyak dengan adanya makam wisata religi. Karena keuntungannya sangat besar sekali. Pengunjung wisata religi berdatangan dari luar kota karena ingin berziarah ke makam syaikhona kholil, dimana syaikhona kholil adalah seorang sang wali Allah yang berada di pulau madura dan bertempat di bangkalan.

Menurut Amirullah menyatakan strategi sebagai suatu rencana dasar yang luas dari suatu tindakan organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Rencana dalam mencapai tujuan tersebut sesuai dengan lingkungan eksternal dan internal

perusahaan.¹Strategi sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.menyatakan konsep strategi selalu memberi perhatian serius terhadap perumusan tujuan dan sasaran organisasi. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan tantangan yang dihadapi oleh setiap organisasi, sangat berguna dalam merumuskan alternatif strategi yang akan memudahkan untuk mengambil keputusan yang tertinggi dalam setiap organisasi kearah yang lebih baik. Pemilihan alternatif yang terbaik dilakukan setelah memperhitungkan konsekuensi-konsekuensi yang akan timbul apabila suatu alternatif dipilih dan dilaksanakan. Konsep stratejik dapat diringkaskan dalam dua istilah, yaitu kompetensi distinktif (*distinctive competence*) dan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) atau ada juga menyebutkan keunggulan daya saing yang artinya “garaplah apa yang paling baik”.

Menurut Yoeti Pemasaran pariwisata religi sangat kompleks sifatnya dengan pemsaran barang-barang yang di hasilkan perusahaan manufaktur yang biasa kita kenal, dapat kita katakana keberhasilan suatu program pemasaran dalam bidang kepariwisata sanigat di tentukan oleh faktor kesamaan pandangan terhadap peranan wisata bagi pembagunan daerah, karena itu sebelum program pemasaran dilaksanakan harus ada komitmen dari semua unsur-unsur yang terkait bahwa pariwisata merupakan sektor ekonomi yang bersifat *quick yielding* dan merupakan *agent of defelopment* bagi daerahnya.²

Menurut Yoeti, suatu objek pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati pengunjung, yaitu :

¹ .Amirullah, 2003. *Manajemen Strategik*, Yogyakarta : Graha Ilmu. h. 54

² . Yoeti, MBA. Drs. H. Oka A. 2002, *Perencanaan Strategis Pemasaran*, Jakarta: PT Pradya Paramata, hal 41

a. *Something to see* adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa di lihat atau di jadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan untuk berkunjung.

b. *Something to do* adalah agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, dan santai, berupa penyediaan fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal di sana.

c. *Something to buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau *icon* dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.

Wisata dibutuhkan tidak semata mata untuk mencari kesegaran baru namun digunakan untuk memperoleh akses simbolik bagi yang melaksanakan. Disini dapat kita tunjukkan berbagai bentuk konsumsi waktu senggang yang penekanannya adalah pada konsumsi pengalaman dan kesenangan (seperti theme park, pusat-pusat wisata dan rekreasi) serta hal-hal lain yang di dalamnya merujuk pada budaya tinggi yang lebih tradisional seperti museum dan galeri menarik kembali untuk melayani audien yang lebih luas melalui penjualan seni kanonik, auratik serta berbagai gagasan edukatif formatif dengan menekankan hal yang bersifat spektakuler, populer, menyenangkan dan dapat diterima.

Arti penting wisata religi yang dimaksud disini bukan hanya bersenang-senang dan mencari hiburan saja artinya bersenang-senang dan cari

hiburan diperbolehkan dan halal tetapi yang lebih penting adalah memperluas wawasan untuk menyaksikan ayat-ayat kebesaran Allah yang tersebar di persada bumi ciptaan Allah ini, seperti mengunjungi tempat rekreasi atau makam orang shaleh sebagai wisata rohani atau wisata spiritual.

Dengan menyaksikan keindahan alam kemanapun mata memandang dapat merasakan wisata rohani yang indah dan kudus, dan mata hati dapat melihat dengan jelas keindahan sang pencipta, pelukis agung yang Maha Indah. Wisata rohani, tamasya Spiritual dengan wisata rohani bukan hanya keindahan lahiriah yang dapat dinikmati. Menurut pandangan Al Qu'an wisata diambil dari kata siyahah yang secara populer diartikan wisata, kata itu mengandung arti penyebaran, terbentuk dari kata sahat yang berarti lapangan yang luas. Wisata religi dijelaskan dalam Al Qur'an surat Yusuf 109-111.³

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ إِلَّا رِجَالًا نُوحِيَ إِلَيْهِمْ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ أَفَلَمْ يَسِيرُوا
 فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ وَلَدَارُ الْآخِرَةِ
 خَيْرٌ لِلَّذِينَ اتَّقَوْا أَفَلَا تَعْقِلُونَ ﴿١٠٩﴾

Kami tidak mengutus sebelum kamu, melainkan orang laki-laki yang Kami berikan wahyu kepadanya diantara penduduk negeri. Maka tidakkah mereka bepergian di muka bumi lalu melihat bagaimana kesudahan orang-orang sebelum mereka (yang mendustakan rasul) dan sesungguhnya kampung akhirat adalah lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Maka tidakkah kamu memikirkannya. Surat yusuf 109

³Al-qur'an.Surat yusuf. 109-111

حَتَّىٰ إِذَا اسْتَيْسَسَ الرُّسُلُ وَظَنُّوا أَنَّهُمْ قَدْ كُذِّبُوا جَاءَهُمْ نَصْرُنَا فَنُجِّى
 مَنْ نَشَاءُ وَلَا يُرَدُّ بَأْسُنَا عَنِ الْقَوْمِ الْمُجْرِمِينَ ﴿١١٠﴾

Sehingga apabila para rasul tidak mempunyai harapan lagi (tentang keimanan mereka) dan telah meyakini bahwa mereka telah didustakan, datanglah kepada para rasul itu pertolongan Kami, lalu diselamatkan orang-orang yang Kami kehendaki. Dan tidak dapat ditolak siksa Kami dari pada orang-orang yang berdosa. Surat yusuf 110

لَقَدْ كَانَتْ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةٌ لِأُولِي الْأَلْبَابِ ۗ مَا كَانَ حَدِيثًا يُفْتَرَىٰ وَلَٰكِن تَصَدِّقَ الَّذِي بَيْنَ يَدَيْهِ وَتَفْصِيلَ كُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ ﴿١١١﴾

Sesungguhnya pada kisah-kisah mereka itu terdapat pengajaran bagi orang-orang yang mempunyai akal. Al Quran itu bukanlah cerita yang dibuat-buat, akan tetapi membenarkan (kitab-kitab) yang sebelumnya dan menjelaskan segala sesuatu, dan sebagai petunjuk dan rahmat bagi kaum yang beriman. Surat yusuf 111

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Strategi Promosi Wisata Religi Makam Syaikhona Kholil Bangkalan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan atas permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui Strategi Promosi Wisata Religi Makam Syaikhona Kholil Bangkalan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan yang berhubungan dengan topik strategi promosi wisata religi makam syaikhona kholil bangkalan.

2. Manfaat praktis

a. Bagian Objek Penelitian

Diharapkan mampu memberikan informasi bagi masyarakat agar lebih mengetahui tentang wisata religi

b. Memberikan masukan untuk pengambilan kebijakan kepada para pengelola wisata religi.

E. Definisi Konsep

Untuk memberikan penjelasan tentang penelitian ini maka penulis akan menguraikan beberapa definisi penting yang terkait dengan penelitian agar tidak terjadi kesalahan persepsi dalam memahami penelitian ini, maka penelitanakan memberikan gambaran teori yang ada hubungannya dengan peneliti ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Strategi

Di dalam literature bisnis, istilah Strategi memang dapat mempunyai arti yang bermacam-macam, namun esensinya tidak jauh berbeda. Secara singkat strategi merupakan postur ekstern, yakni sikap perusahaan dalam menghadapi lingkungan eksternalnya.⁴

Menurut Gabriel Amin Silahi menyatakan bahwa strategi adalah rencana yang merupakan satu kesatuan (unifed), bersifat luas (comprehensive) dan terpadu (integrated) yang mengharapkan keunggulan-keunggulan strategi organisasi terhadap tantangan-tantangan lingkungan.⁵

Suryana menyatakan bahwa strategi adalah perencanaan (plan), pola (patern), posisi (position), persepektif (persectife), dan permainan atau taktik (play), dan dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Strategi adalah Perencanaan (plan)

Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan-acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan dimasa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan kemasa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan dimasa lampau, misalnya pola pola prilaku bisnis yang yang dilakukan dimasa lampau.

⁴ Napa J. Awat, *Manajemen strategi*, (Yogyakarta: Liberty, 1989), h.20

⁵ Gabriel Amin Sillahi, *Strategi Manajemen*, (Sidoarjo: Citramedia, 2003), h 7

2. Strategi adalah pola (patern)

Strategi adalah pola “ strategi is patern” yang selanjutnya disebut sebagai “ intended strategy” karena belum dilaksanakan dan berorientasi kemasa depan atau disebut juga sebagai “realized strategy” karena telah dilakukan perusahaan.

b. Pengertian Promosi

Menurut Herman Bahar Promosi adalah kegiatan memberitahukan produk atau jasa yang hendak ditawarkan kepada calon konsumen / wisatawan yang dijadikan target pasar. Kegiatan promosi idealnya dilakukan secara bekesinambungan melalui beberapa media yang dianggap efektif dapat menjangkau pasar, baik cetak maupun elekt ronik, namun pemilihannya sangat tergantung pada targetpasar yang hendak dituju.

c. Wisata religi

Menurut Prof. Salah Wahab. *A proposeful human activity that serve as a link between people either within one some country or beyond the geographical limits or state. It involves the temporary displacement of people to other region, country, for the satisfaction of varied needs other than exciting a renumareted function ”.*⁶

Pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara

⁶ Salah Wahab, Ph.D, 2003 *Manajemen Kepariwisataaan.* (Jakarta: PT Pradnya Paramita,) hal 145

orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri (meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain) untuk mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Wisata religi dilakukan dalam rangka mengambil ibrah atau pelajaran dan ciptaan Allah atau sejarah peradaban manusia untuk membuka hati sehingga menumbuhkan kesadaran bahwa hidup di dunia ini tidak kekal. Wisata pada hakikatnya adalah perjalanan untuk menyaksikan tanda-tanda kekuasaan Allah, implementasinya dalam wisata kaitannya dengan proses dakwah dengan menanamkan kepercayaan akan adanya tanda-tanda kebesaran Allah sebagai bukti ditunjukkan berupa ayat-ayat dalam Al Qur'an. wisata religi mempunyai makna yang dapat dijadikan pedoman untuk menyampaikan syiar islam di seluruh dunia, dijadikan sebagai pelajaran, untuk mengingat ke-Esaan Allah. Mengajak dan menuntun manusia supaya tidak tersesat kepada syirik atau mengarah kepada kekufuran.

d. Wisata Spiritual

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, disebutkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi,

pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu tertentu. bahwa pariwisata dibagi menjadi beberapa macam sesuai dengan tujuannya, dan salah satunya yaitu: Wisata Spiritual yaitu wisata yang dilakukan karena adanya dorongan untuk melakukan ibadah ke suatu tempat. Secara detail definisi spiritual dalam bukunya yang sama yaitu Ilmu Pariwisata yaitu:⁷

Jenis wisata yang banyak dikaitkan dengan agama, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ini banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau ke gunung yang dianggap keramat.

Pengertian tentang wisata spiritual juga dikemukakan oleh *Bali Travel News* dimana wisata spiritual adalah salah satu kegiatan minat khusus, yaitu perjalanan wisata menuju tempat-tempat suci untuk melaksanakan kegiatan spiritual berupa sembahyang, yoga, meditasi, konsentrasi, dekonsentrasi, dan istilah lainnya sesuai dengan agama dan kepercayaan masing-masing.

Wisata spiritual meliputi:

1. Wisata religi; perjalanan wisata terkait dengan sistem kepercayaan (agama tertentu) misalnya: mengunjungi tempat-tempat suci, tempat-tempat bersejarah, makam-makam orang suci.

⁷ Anonym. *Undang-Undang Republik Indonesia* No. 9 tahun 1990 dan No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

2. Wisata meditasi; mengunjungi tempat-tempat yang hening, tenang dan damai untuk penenangan diri, penjernihan pikiran misalnya goa-goa alam, candi.

3. Wisata olah raga spiritual; latihan senam yoga. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi III yang dimaksud spiritual adalah berhubungan dengan atau bersifat kejiwaan (rohani dan bathin).⁸ Dewasa ini, pengaruh globalisasi membuat orang menyatakan diri sebagai spiritual bukan religius. Orang berusaha mengambil intisari sejumlah filsafat dan sistem kepercayaan di seluruh dunia. Bahwa wisatawan spiritual adalah seseorang yang mengunjungi tempat diluar ia biasa berada, dengan keinginan untuk mencari pertumbuhan spiritual, yang sifatnya *religious*, *non-religious*, *sacral*, ataupun sekedar mencari pengalaman, tanpa memperhitungkan tujuan utama melakukan perjalanan.

Dilihat dari wisatawan yang melakukan wisata spiritual, Haq and Jackson, mengklarifikasikan sebagai berikut:⁹

1. *Purposeful spiritual tourist*, yaitu wisatawan yang pertumbuhan spiritual pribadinya menjadi alasan utama berkunjung dan wisatawan ini memiliki minat yang sangat kuat.

⁸ Kamus Umum Bahasa Indonesia. Jakarta Balai Pustaka.

⁹ Haq, F. dan Jackson, J. 2006. *Exploring Consumer Segments and Typologies of Relevance to Spiritual Tourism*. Queensland: Central Queensland University..

2. *Sightseeing spiritual tourist*, yaitu wisatawan yang pertumbuhan spiritual pribadi menjadi alasan utama berkunjung, namun pengalaman spiritualnya lebih rendah.
3. *Casual spiritual tourist*, yaitu wisatawan yang pertumbuhan spiritual individu merupakan motivasi yang umum untuk juga memiliki pengalaman spiritual yang rendah.
4. *Incidental spiritual tourist*, yaitu wisatawan yang menjadikan pertumbuhan spiritual individu bukanlah unsur pengambilan keputusan berwisata, namun dalam perjalanan tidak sengaja menikmati liburan spiritual.
5. *Serendipitous spiritual*, yaitu wisatawan yang menjadikan pertumbuhan spiritual pribadi bukan sebagai unsur yang mempengaruhi keputusan berwisata, namun mereka mendapatkan pengalaman spiritual mendalam setelah perjalanan.

Ada 3 faktor yang mempunyai pengaruh penting dalam pengelolaan wisata religi yaitu lingkungan eksternal, sumber daya dan kemampuan internal, serta tujuan yang akan dicapai. Suatu keadaan, kekuatan, yang saling berhubungan dimana lembaga atau organisasi mempunyai kekuatan untuk mengendalikan disebut lingkungan internal, sedangkan suatu keadaan, kondisi, peristiwa dimana organisasi atau lembaga tidak mempunyai kekuatan untuk mengendalikan disebut

lingkungan eksternal. Kaitan antara wisata religi dengan aktivitas dalam adalah tujuan dari wisata ziarah itu sendiri menyebutkan bahwa tujuan ziarah kubur adalah.

Jadi yang di maksud Strategi Promosi Makam Syaikhona Kholil Bangkalan adalah: Bagaimana alat untuk mencapai suatu tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumberdaya, sehingga Strategi Promosi Wisata Religi Makam Syaikhona Kholil Bangkalan ini mempunyai informasi yang sangat penting supaya masyarakat lain bisa mengingat kembali tentang makam syaikhona kholil, karena ketika sudah terkenal di masyarakat, maka orang lain terpengaruh dengan perkataannya sehingga orang lain ingin mengetahui tentang makam syaikhona kholil yang berada di bangkalan tepatnya di martajesah.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan urutan sekaligus berfikir dalam penulisan skripsi, untuk lebih mudah memahami skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan, antara lain.

Bab I : Pendahuluan

Pendahuluan adalah bab pertama dari skripsi yang mengantarkan pembaca untuk menjawab pertanyaan apa yang diteliti, untuk apa dan mengapa penelitian itu dilakukan. Oleh karena itu dalam pendahuluan memuat: latar

belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep serta sistematika pembahasan.

Bab II : Kajian Teoritik

Bab kedua adalah bagian skripsi yang menekankan pada aspek elaborasi teori dan riset terdahulu. Bab II ini memuat sejumlah sub bab seperti: penelitian terdahulu yang relevan, kerangka terori.

Dalam bab ini dijelaskan secara rinci tentang metode dan teknik yang digunakan dalam mengkaji objek penelitian. Sebisa mungkin untuk menghindari pembahasan yang terlalu teoritis, seperti yang biasa tertulis dalam buku teks atau diktat metode penelitian. Adapun urutannya sebagai berikut : Pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, tahap – tahap penelitian, tehnik pengumpulan data, tehnik analisa data, tehnik validitas data.

Bab IV : Hasil Penelitian

Bab ini mengetengahkan profil utuh dari obyek yang diteliti sekaligus permasalahan yang dihadapi. Adapun urutan sub-babnya adalah sebagai berikut; gambaran umum obyek penelitian, penyajian data dan pembahasan hasil penelitian (Analisis data)

Bab V : Penutup

Penutup adalah bab terakhir yang ada dalam skripsi. Bab ini merumuskan ulang dan menyimpulkan dari jawaban rumusan masalah penelitian, adapun detail pembahasan tentang masing – masing sub-babnya adalah sebagai berikut: kesimpulan, saran dan rekomendasi, keterbatasan penelitian.