

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata menjadi sektor andalan pemerintah pusat dan daerah untuk meningkatkan perekonomian Indonesia. Pariwisata menjadi sektor yang dapat menciptakan lapangan kerja yang luas, memperbaiki perekonomian masyarakat sekitar objek wisata, membantu UMKM daerah, dan mengembangkan infrastruktur. Banyaknya manfaat yang ditimbulkan dalam pariwisata membuat pemerintah gencar untuk mengembangkan wisata yang memiliki potensi keunikannya guna menarik minat kunjung wisatawan regional dan mancanegara (Hidayat, 2018).

Salah satu bentuk wisata yang dapat dikembangkan di Indonesia yaitu wisata religi yang berkaitan dengan keagamaan Islam. Diketahui Indonesia memiliki umat muslim yang sangat banyak dengan jumlah populasi di tahun 2021 menurut data dari Kementerian Agama sebanyak 231.069.932 juta penduduk beragama muslim di Indonesia (Kementerian Agama, 2021). Hal ini menjadikan wisata religi di Indonesia khususnya wisata religi bertemakan Islam memiliki potensi yang dapat dikembangkan dengan cepat. Pengembangan wisata religi yang cepat dan tepat akan memiliki dampak yang besar yaitu untuk membantu perekonomian nasional dan juga masyarakat dapat menambah ilmu wawasan budaya serta agamanya. Namun disituasi pandemi seperti saat ini mengharuskan pengembangan wisata religi harus dengan strategi yang matang dengan melihat dari sisi faktor internal dan eksternalnya (Wicaksono & Idajati, 2019).



Gambar 1 Ranking GMTI 2021

Sumber : Global Muslim Travel Index

Menurut data yang diluncurkan Mastercard-Crescentrating, (2021) Global Muslim Travel Index (GMTI) tahun 2021 Indonesia menduduki posisi keempat, posisi ini turun dimana tahun sebelumnya Indonesia berada di peringkat pertama dengan poin yang sama dengan Malaysia. Penurunan ini dikarenakan pandemi *Covid-19* di Indonesia yang sangat tinggi mengharuskan sektor pariwisata ditutup dan perkembangannya tersendat. Namun, ditahun 2022, pemerintah sudah memperbolehkan masyarakat melakukan perjalanan wisata, salah satunya wisata religi namun tetap dengan protokol kesehatan.

Tren perjalanan wisata tidak hanya sekadar menghirup udara segar dan bersenang-senang saja, namun lebih dari itu saat ini wisata dapat menjadi aktivitas untuk menambah ilmu pengetahuan keagamaan melalui kunjungan wisata religi. Indonesia memiliki potensi wisata religi yang tersebar di seluruh provinsi Indonesia. Salah satunya wisata religi yang berkaitan dengan tempat suci seperti masjid. Belakangan ini terdapat banyak masjid yang tersebar di Indonesia memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi suatu destinasi pariwisata masyarakat dan sudah menarik banyak jamaah selaku wisatawan (Jaelani, 2017).

Masjid Raya Bandung merupakan salah satu wisata religi pusat keagamaan yang terletak di Jalan Dalem Kaum No.14, Kecamatan Regol, Bandung, Jawa Barat. Masjid Raya Bandung dibangun pertama kali tepatnya pada tahun 1811. Semenjak pertama kali berdiri sampai saat ini Masjid Raya Bandung sudah mengalami beberapa kali renovasi, bermula dari bentuk yang sederhana sampai

menjadi megah seperti saat ini, Masjid Raya Bandung memiliki peran penting dalam agama Islam dan hal ini sudah dikenal luas oleh masyarakat seperti sebagai pusat penyiaran agama Islam, simbol keagamaan, tempat beribadah masyarakat dan menjadi tempat wisata religi (Nugraheni, 2017).

Masjid Raya Bandung sudah populer di kalangan wisatawan yang berkunjung ke Kota Bandung, dikarenakan letaknya berada dalam kawasan alun-alun Kota Bandung yang sebagai pusat kota menjadikan Masjid Raya Bandung sebagai destinasi wisata unggulan Kota Bandung. Selain letaknya yang strategis berada di pusat kota, sekitar kawasan Masjid Raya Bandung terdapat destinasi wisata lain yang seperti Museum Konferensi Asia Afrika, Bandros, Jalan Braga, Cikapundung *Rivers*, dan Pusat Perbelanjaan Pasar Baru yang terdapat alat-alat ibadah yang dapat dibeli oleh wisatawan dan jamaah. Masjid Raya Bandung memiliki akses yang mudah karena dekat dengan stasiun dan terminal. Wisatawan yang akan berwisata saja maupun untuk beribadah akan menghemat waktu mereka dalam perjalanan menuju Masjid Raya Bandung (Dermawan et al., 2020).



Gambar 2 Masjid Raya Bandung

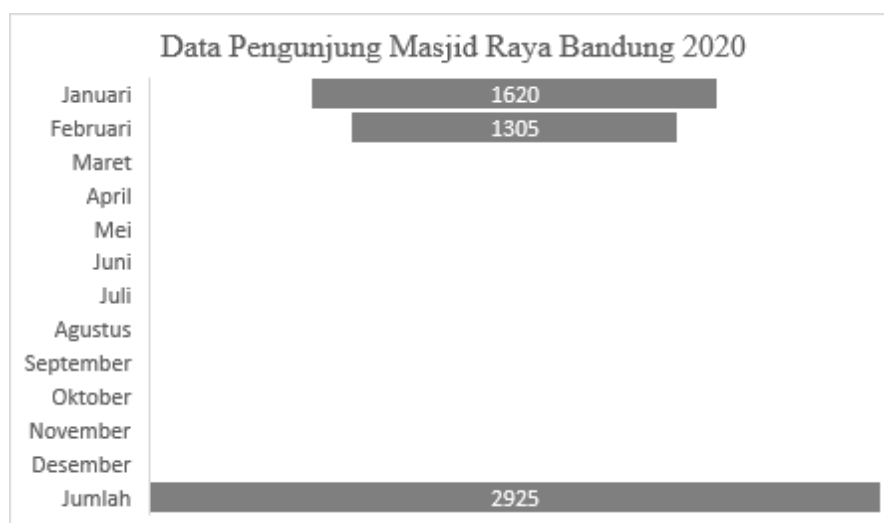
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Saat ini dimana pandemi *Covid-19* menyerang, menyebabkan seluruh destinasi wisata di Indonesia terkena dampaknya. Masjid Raya Bandung menjadi salah satu destinasi wisata yang terkena dampak dikarenakan adanya kebijakan pembatasan kegiatan ibadah menyebabkan jamaah serta wisatawan yang berkunjung tidak ada.

Tabel 1 Jumlah Pengunjung Masjid Raya Bandung

	Jumlah Pengunjung Masjid Raya Jawa Barat (Jiwa)		
	Tahun		
	2014	2016	2018
Januari	5110	2975	3872
Februari	2512	2980	4388
Maret	3241	3330	3912
April	2058	3256	4173
Mei	3719	2654	3356
Juni	2971	5856	5017
Juli	6896	6010	4629
Agustus	2741	4550	3996
September	1749	3876	3817
Oktober	1615	4448	3886
November	1872	4833	3438
Desember	5827	2975	3920
Jumlah	40311	47743	48404

Sumber: Bandung.kota.bps.go.id



Gambar 3. Data Pengunjung Masjid Raya Bandung 2020

Sumber : Bandung.kota.bps.go.id

Berdasarkan data statistik yang diperoleh dari laman website bandungkota.bps.go.id, jumlah pengunjung Masjid Raya Bandung pada tahun 2020 hanya berjumlah 2.925 orang saja. Dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya, angka 2.000 pengunjung merupakan jumlah pengunjung perbulannya. Hal demikian menuntut destinasi Masjid Raya Bandung untuk mengembangkan kembali potensi wisata yang dimiliki. Terdapat faktor internal dan eksternal yang dapat menjadi keunggulan kelemahan, tantangan, dan peluang yang dimiliki Masjid Raya Bandung sebagai potensi destinasi unggulan. Dalam hal ini diharapkan Masjid Raya Bandung dapat menjadikan sebuah kelemahan dan tantangan menjadi sebuah keunggulan yang memiliki potensi tinggi.

Menurut (Machendrawaty et al., 2020) masjid merupakan simbol dari keimanan Islam, berfungsi sebagai sentral agama, pendidikan, serta budaya dan Masjid Raya Bandung merupakan simbol dari keimanan Islam di Kota Bandung harus menjalankan fungsi-fungsi tersebut. Kehadiran Masjid Raya Bandung ini dituntut untuk mampu mengambil peran menumbuhkan peningkatan aspek spiritual pengunjung yang hadir. Makna yang berarti bahwa masjid itu adalah rumah Allah wajib menumbuhkan pancaran semangat nilai kebersamaan melalui interaksi sosial alamiah di dalam lingkungan masjid. Dalam setiap kondisi, masjid menjadi pusat kegiatan dan proses pembinaan masyarakat agar terwujudnya suatu tatanan sosial masyarakat yang baik. Namun saat ini, Masjid Raya Bandung dengan berbagai potensi kekuatan yang dimilikinya tampaknya masih belum maksimal untuk menarik pengunjung untuk berkunjung ke dalam masjid mencari ridha Allah SWT. Terdapat fenomena terjadi berdasarkan tinjauan penulis, dimana intensitas pengunjung di Masjid Raya Bandung mengalami penurunan. Hal ini menandakan bahwa masih terdapat potensi wisata religi Masjid Raya Bandung yang belum dikembangkan secara optimal guna menarik minat berkunjung wisatawan.

Potensi wisata religi Masjid Raya Bandung dapat dikembangkan dengan menggunakan teori dasar acuan dari (Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 1 08/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah). Isi dari fatwa yaitu mengatur ketentuan destinasi wisata yang harus berikhtiar dalam prinsip syariah, memiliki fasilitas

pendukung yang baik dan terhindar dari segala hal haram. Hal ini dapat menjadi rujukan juga untuk seluruh destinasi wisata di Indonesia dan terutama Masjid Raya Bandung untuk selalu berpedoman pada fatwa DSN-MUI guna mencapai suatu destinasi wisata dibalik prinsip syariah.

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Yanto, (2017) berjudul "*Pengelolaan Wisata Masjid Raya Pekanbaru Sebagai Destinasi Wisata Kota Pekanbaru*". Dengan penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan yaitu pengelolaan Masjid Raya Pekanbaru tidak berjalan dengan baik dengan penyebabnya mengenai anggaran yang minim. Faktor sumber daya manusia yang masih minim menjadi faktor penghambat pengembangan wisata, dan faktor koordinasi yang tidak berjalan baik dengan instansi yang menaungi Masjid Raya Pekanbaru. Saran pengelolaan yang dapat dicapai yaitu pemerintah harus mendukung Masjid Raya Pekanbaru, kerja sama dengan pihak swasta, serta penambahan sarana dan prasarana. Perbedaan dengan penelitian penulis saat ini yaitu penelitian meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan potensi wisata religi masjid dengan ketentuan fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 dan merumuskan strategi dengan bantuan analisis SWOT.

Penelitian (Kartika et al., 2020) dengan judul "*Pengembangan Wisata Religi Makam Gus Dur Di Kabupaten Jombang Pendekatan: Community Based Tourism*". Hasil penelitian dengan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* didapatkan bahwa faktor keaktifan dari kelompok masyarakat menjadi aspek utama yang terpenting dalam penentuan prioritas pengembangan wisata religi makam Gus Dur. Untuk hasil penelitian metode SWOT didapatkan enam strategi pengembangan, yaitu pelibatan masyarakat sekitar, memfasilitasi pengembangan UMKM melalui pemberian kredit, peran pemerintah dioptimalkan, memfasilitasi pelatihan untuk UMKM, bekerja sama dengan pihak swasta, dan peningkatan sinergitas antara pemerintah, swasta, serta masyarakat sekitar untuk mengembangkan wisata. Perbedaan dengan penelitian penulis saat ini yaitu perbedaan bentuk objek wisata religi dan penelitian penulis meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan potensi wisata religi masjid dengan ketentuan fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 dan merumuskan strategi dengan bantuan analisis SWOT.

Dengan fenomena dengan fokus utama mengenai potensi wisata religi Masjid Raya Bandung, penulis meneliti Masjid Raya Bandung sudah melalui beberapa pertimbangan yang matang yaitu berdasarkan letak geografis Masjid Raya Bandung, Masjid Raya Bandung sebagai ikon Kota Bandung, serta popularitas di kalangan masyarakat luar Kota Bandung. Permasalahan yang ada yaitu penurunan jumlah pengunjung yang kemudian harus dirumuskan sebuah strategi pengembangan untuk potensi wisata religi Masjid Raya Bandung. Dengan tujuan utama agar penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pengurus Masjid Raya Bandung untuk dapat lebih meningkatkan kekuatan, memaksimalkan peluang yang ada, memperbaiki kelemahan dan meminimalisir ancaman yang ada demi tercapainya wisata religi yang memiliki potensi tinggi (Dermawan et al., 2020).

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini yaitu membahas strategi pengembangan potensi wisata religi Masjid Raya Bandung.

1.3 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana potensi wisata religi Masjid Raya Bandung dengan ketentuan Fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016
2. Bagaimana strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan faktor tersebut?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

- a. Untuk mengetahui potensi wisata religi Masjid Raya Bandung yang sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016.
- b. Mengetahui strategi yang tepat digunakan untuk pengembangan wisata religi Masjid Raya Bandung

1.5 Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini dapat bermanfaat untuk perkembangan dunia pendidikan dan pengetahuan mengenai potensi yang dimiliki wisata religi.

2. Aspek Praktisi

a. Pihak Pengelola

Dapat menjadi rujukan pengurus Masjid Raya Bandung untuk mengembangkan potensi wisata religi yang dimiliki Masjid Raya Bandung.

b. Pihak Akademis

- 1) Dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya terutama untuk mahasiswa di bidang Ekonomi Syariah.
- 2) Memberikan wawasan dalam bidang penelitian berkaitan dengan pengembangan potensi wisata religi.

