

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu pilar terpenting dari perekonomian global adalah industri pariwisata, yang telah berkontribusi sekitar sepuluh persen terhadap pendapatan global dan produk domestik bruto (PDB) dalam beberapa dekade terakhir. Pariwisata merupakan sumber pendapatan dan lapangan kerja utama di banyak negara di dunia. Perjalanan dan pariwisata mempekerjakan lebih dari 260 juta orang di seluruh dunia (Griffiths & Wiltshier, 2019:1). Jumlah wisatawan internasional menyentuh angka sebanyak 235 juta jiwa, angka ini dua kali lipat dibandingkan periode sebelumnya (World Tourism Organization, 2023). Di era saat ini, industri yang menyumbangkan porsi terbesar pada pembiayaan ekonomi global adalah sektor pariwisata dan Indonesia merupakan negara maritim yang kaya akan keindahan, serta ciri khas dan keunikan setiap destinasi wisatanya. Peluang ini dimanfaatkan oleh pemerintah untuk menunjang pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pariwisata merupakan suatu kegiatan fasilitasi oleh pihak pemerintah, pemangku kepentingan dan masyarakat sekitar. Pariwisata yang dikelola menjadi sebuah bisnis akan memiliki dampak yang baik bagi keadaan sosial dan ekonomi masyarakat luar daerah maupun sekitar (Tanjung *et al.*, 2022).

Berbagai jenis pariwisata dapat dikembangkan di nusantara Indonesia, termasuk wisata yang berkaitan dengan alam, wisata hidangan makanan, wisata kebudayaan, wisata rohani spiritual dan religius, termasuk banyak lainnya. Salah satu jenis pariwisata yang dapat dijadikan sebagai pilar utama karena sangat potensial adalah wisata rohani atau pariwisata

spiritual, sebab jenis pariwisata ini memiliki nilai spiritualitas atau budaya yang melekat pada masyarakat. Di banyak negara, wisata rohani telah menjadi industri yang penting dengan para peziarah dan berkontribusi secara signifikan terhadap ekonomi lokal dan nasional (Tilson, 2005).

Menurut Nautiyal *et al.* (2025), wisata rohani atau *spiritual tourism* adalah perjalanan wisata yang memberi pengalaman batiniah, dan tidak selalu terikat dengan agama tertentu (Nautiyal *et al.*, 2025). Wisata rohani merupakan wisata yang bertujuan untuk menjelajahi aspek kehidupan yang melampaui individu serta dapat berkontribusi pada keseimbangan fisik, mental, dan spiritual. Hal ini bisa berkaitan atau tidak dengan agama. Sementara itu, wisata religi merujuk pada perjalanan ke lokasi-lokasi yang dianggap suci, monumen, atau destinasi yang terkait dengan agama, dengan tujuan utama untuk memperkuat keyakinan tertentu (Heidari *et al.*, 2018).

Dalam industri pariwisata, wisata rohani didefinisikan sebagai perjalanan fisik untuk mencari kebenaran, mencari apa yang sakral atau suci. Wisata rohani melampaui konteks agama termasuk lingkungan alam, hubungan antara pikiran, tubuh dan jiwa, serta makna pribadi. Meskipun demikian, unsur-unsur kerohanian tertanam dalam agama, dan unsur-unsur agama dapat dilihat dalam kerohanian (spiritualitas) yang dapat memberikan momen refleksi yang tenang dan merupakan proses pencarian jiwa, sebuah perjalanan pengalaman (Sobihah Abdul Halim *et al.*, 2021).

Seperti yang sering terjadi dalam dunia akademik, sulit mencapai kesepakatan dalam mendefinisikan topik atau fenomena yang menarik, hal ini juga berlaku dalam konteks pariwisata rohani (spiritual) dengan pariwisata religi (keagamaan), di mana tidak ada definisi yang pasti untuk kedua istilah tersebut, tetapi definisinya sulit diungkapkan, banyak perdebatan dalam mendefinisikan dan membedakan religi (agama) dan

rohani (spiritualitas) hal tersebut terjadi karena konstruksi sosial-budaya yang berbeda di masyarakat Barat dan non-Barat, kesulitan dalam mengembangkan definisi yang pasti untuk pariwisata religi dan rohani karena ada kaitannya dengan perspektif penawaran dan permintaan. Definisi penawaran berfokus pada tujuan dan aktivitas yang dikunjungi oleh wisatawan keagamaan dan spiritual, sedangkan definisi permintaan berfokus pada motivasi perjalanan (Olsen & Timothy, 2021).

Wisata rohani memiliki pengertian cakupan lebih luas karena agama hanya menjadi bagian dari spiritualitas, yang bisa mendorong seseorang menjelajahi lebih dari satu agama. Sejak zaman dahulu, orang melakukan perjalanan untuk kegiatan spiritual, dan pariwisata rohani memiliki identitas unik. Pemasarannya dapat berbasis agama, wilayah, keluarga, pengenalan diri, atau kesejahteraan pribadi. Pada wisata rohani semua peziarah adalah wisatawan rohani, namun tidak semua wisatawan rohani adalah peziarah. Peningkatan kunjungan destinasi agama disebabkan oleh ketidakpastian hidup dan pencarian makna hidup. Perjalanan peziarah dimulai karena iman kepada agama tertentu untuk terhubung dengan Tuhan atau kekuatan tertinggi. Wisata rohani telah lama menjadi bagian informal dari industri pariwisata. Bukti sejarah, lisan, arkeologi, dan tertulis menunjukkan bahwa masyarakat telah dipengaruhi oleh pengalaman rohani dan terbiasa melakukan perjalanan untuk aktivitas spiritual (Suri & Rao, 2014).

Salah satu kegiatan wisata yang diminati oleh masyarakat adalah wisata rohani. Ketika seseorang merasa penat biasanya mereka mencari aktivitas yang membuat ketenangan dalam jiwa mereka sebagai pemenuhan kebutuhan spiritualitas untuk memperoleh kekuatan batin. Keteguhan iman serta keberkahan (Atmoko, 2016). Spiritualitas, kepercayaan, dan agama menjadi salah satu faktor utama pengunjung

untuk menjelajahi wisata rohani yang merupakan bagian dari kebahagiaan mereka.

Pariwisata yang berkaitan dengan situs dan kegiatan kerohanian atau spiritualitas dianggap sebagai sektor yang sangat penting dalam pasar pariwisata. Nilai sebenarnya dari situs kerohanian terletak pada dukungan terhadap produk wisata yang menarik banyak pengunjung, termasuk mereka yang bepergian bukan untuk tujuan rohani saja terkadang ada yang hanya sebatas tujuan rekreasi atau menghilangkan penat (Zlatanov & Popesku, 2021).

Bagi wisatawan yang tidak didorong oleh motif rohani keagamaan, situs keagamaan tidak ada bedanya dengan objek wisata lainnya beberapa orang memerlukan promosi dalam menarik perhatian wisatawan agar mereka memutuskan untuk menyertakan situs tersebut dalam perjalanan mereka. Oleh karena itu, promosi wisata rohani sama pentingnya dengan promosi produk wisata lainnya. Berbicara mengenai pariwisata tentu saja ada komponen yang terlibat dalam kegiatan pariwisata dalam hal pemasaran adalah promosi, promosi merupakan kegiatan penyampaian dalam bentuk komunikasi baik-baik menggunakan media elektronik maupun non elektronik yang bertujuan untuk menarik minat konsumen (Suharman *et al.*, 2020).

Promosi pariwisata mengendalikan peran yang sangat penting dalam pemajuan suatu daerah tujuan wisata. Promosi dilakukan dengan tujuan utama untuk meningkatkan daya tarik objek wisata dan memberi tahu wisatawan tentang objek dan kegiatan rekreasi wisata yang tersedia. Melalui promosi yang berkelanjutan, dimulai dengan komunikasi persuasif, diharapkan dapat menarik minat serta menginspirasi lebih banyak wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata. Materi promosi seperti peta pariwisata, buku panduan, brosur, leaflet, dan internet

merupakan beberapa contoh alat yang digunakan dalam promosi. Selain itu program promosi seperti pelaksanaan acara, pameran, dan pertunjukan seni budaya berfungsi untuk mengenalkan serta mempromosikan potensi pariwisata (Areks, 2015).

Karena sifatnya yang melibatkan pengalaman langsung, produk wisata tidak dapat dinilai sebelum dibeli, melainkan hanya selama dan setelah dikonsumsi. Oleh karena itu, promosi dapat berpengaruh untuk memanfaatkan potensi pariwisata secara optimal, di dalam promosi wisata terdapat bauran promosi, dalam produk promosi wisata bauran promosi terdiri dari lima jenis kegiatan promosi, semuanya dirancang untuk mencapai tujuan organisasi secara keseluruhan diantaranya, *personal selling* (penjualan pribadi), *advertisement* (kampanye promosi), *sales promotion* (penawaran khusus atau penawaran terbatas penjualan), *events and experiences* (pengalaman pelanggan), *public relation* (hubungan publik) (Khan *et al.*, 2019).

Pada penelitian ini, akan dilakukan kajian mengenai sebuah tempat wisata yang ada kaitannya dengan kerohanian yaitu wisata Keramat Solear. Keramat Solear adalah salah satu objek wisata yang berada di Desa Solear Kecamatan Solear Kabupaten Tangerang, pada destinasi tersebut terdapat makam seorang yaitu Syekh Mas Masad selain itu terdapat hutan lindung dengan luas 4,5 hektar yang dihuni oleh monyet ekor panjang, kehadiran monyet ekor panjang menjadi keunikan tersendiri dari wisata ini sehingga menjadi karakteristik yang berbeda dari destinasi lainnya (Syifa & Rustini, 2023). Selain tempat wisata, lokasi ini merupakan tempat ziarah selain berziarah di tempat ini pengunjung dapat menikmati hutan yang sejuk sembari berbagi makanan dan berbaur dengan monyet – monyet liar di area hutan (Setiani *et al.*, 2022).

Keramat Solear merupakan wisata yang tergolong ke dalam jenis wisata rohani, karena selain terdapat makam keramat juga dihuni oleh monyet ekor panjang yang memberikan nilai spiritual bagi kawasan tersebut. Selain itu wisata ini dikenal sebagai kawasan hutan lindung yang tidak hanya menawarkan pengalaman ziarah, akan tetapi interaksi dengan alam dan satwa berupa monyet – monyet liar, sehingga dapat disimpulkan bahwa wisata ini merupakan perpaduan antara wisata alam, spiritual, dan budaya ziarah. Wisatawan dapat berziarah atau hanya sebatas menikmati suasana alam dan berinteraksi dengan satwa, atau bertemu dengan kuncen untuk berinteraksi memahami sejarah lokasi wisata tersebut. Wisata Keramat Solear memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan sebagai wisata rohani yang bernilai spiritual sekaligus memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal maupun pemerintah daerah.

Dari fenomena tersebut, Keramat Solear kerap menjadi sorotan, khususnya dalam aspek promosi pariwisata. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa dalam perkembangan pariwisata, promosi memegang peranan penting sebagai sarana memperkenalkan daya tarik wisata kepada masyarakat luas, promosi tidak hanya meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai objek wisata, tetapi juga mendorong pengambilan keputusan kunjungan (Kotler & Keller, 2016). Namun kenyataannya, bentuk promosi yang ada pada destinasi wisata ini masih terbatas, padahal promosi sangat penting untuk menarik minat pengunjung. Promosi yang ada umumnya hanya dilakukan oleh pemerintah daerah, publikasi melalui media berita, serta informasi atau pengalaman wisata yang dibagikan wisatawan melalui media sosial maupun dari mulut ke mulut. Meskipun demikian, promosi sederhana ini tetap menjadi faktor yang dapat memengaruhi minat kunjungan masyarakat (Venugopal & Murty, 2019).

Berdasarkan fenomena tersebut kondisi inilah yang menjadi alasan penting untuk dilakukannya penelitian. Penulis ingin mengetahui sejauh mana promosi ini menarik kunjungan masyarakat dan pengaruhnya pada destinasi Keramat Solear serta penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran ilmiah mengenai pengaruh promosi wisata rohani dengan minat kunjungan masyarakat. Untuk mengetahui sejauh mana promosi ini benar-benar dapat memengaruhi minat kunjungan masyarakat untuk berkunjung, maka perlu dibuktikan melalui penelitian ilmiah, oleh sebab itu penulis tertarik melakukan penelitian dan mengambil judul skripsi “Pengaruh Promosi Wisata Rohani Terhadap Minat Kunjungan Masyarakat Studi Keramat Solear Kabupaten Tangerang”.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah adalah ketika peneliti menguraikan masalah yang menjadi kesenjangan antara apa yang seharusnya terjadi atau diharapkan dengan fakta kenyataannya yang dinyatakan dalam bentuk pernyataan.

1. Terdapat karakteristik dan ciri khas yang menjadi daya tarik pada wisata keramat solear sehingga selalu menjadi topik perbincangan dalam hal promosi.
2. Adanya promosi memberikan dampak yang dirasakan oleh masyarakat pada situs wisata rohani di Keramat Solear salah satunya dalam menarik minat dan perhatian masyarakat untuk berkunjung. Penulis ingin mengetahui lebih lanjut mengenai seberapa besar pengaruhnya dari promosi terhadap minat kunjungan masyarakat.

C. Batasan Masalah

Permasalahan yang harus di batasi dalam penelitian sehingga menjadikan fokus pada penelitian, masalah yang dibatasi biasanya terkait dengan faktor – faktor yang paling dominan (Djamaludin *et al.*, 2018:20). Batasan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk meminimalisir kesalahan dan perluasan konteks permasalahan yang diteliti. Supaya lebih sistematis, maka dari itu peneliti membatasi masalah menjadi Pengaruh Promosi Wisata Rohani Terhadap Minat Kunjungan Masyarakat yang berfokus pada studi kasus di Keramat Solear Kabupaten Tangerang.

D. Rumusan Masalah

Rumusan masalah digunakan dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif dengan tujuan menghasilkan pertanyaan penelitian, rumusan masalah biasanya disajikan dalam bentuk pertanyaan penelitian (Thamrin, 2019:10). Perumusan masalah merupakan pernyataan yang jelas mengenai masalah yang akan diteliti. Dalam konteks penelitian kuantitatif, perumusan masalah mencakup aspek-aspek yang ditelaah berdasarkan variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian. Adapun rumusan permasalahan dalam studi penelitian ini adalah:

1. Bagaimana promosi wisata rohani berpengaruh terhadap minat kunjungan masyarakat pada situs Keramat Solear Kabupaten Tangerang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh promosi wisata rohani terhadap minat kunjungan masyarakat studi Keramat Solear Kabupaten Tangerang.

F. Manfaat Penelitian

1. Kontribusi Akademik

a. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini mampu memperkaya khazanah ilmu dalam bidang ekonomi, terkhusus pada bidang pariwisata, yang dipengaruhi oleh promosi wisata rohani, serta penelitian ini nantinya mampu menjadi bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini memberikan bukti empiris mengenai pengaruh wisata rohani terhadap kunjungan masyarakat dan menjadi bahan rujukan penelitian bagi mahasiswa.

2. Kontribusi Praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai proses belajar untuk menganalisis kunjungan masyarakat di suatu tempat wisata, sekaligus bentuk penerapan ilmu yang sudah diperoleh oleh penulis.

b. Bagi penelitian selanjutnya

Dapat menjadi sumber pengetahuan mengenai minat kunjungan masyarakat yang dipengaruhi oleh Promosi Wisata Rohani.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan pada skripsi ini terdiri dari beberapa bab, ada lima bab yang akan di uraikan, penjelasannya yaitu sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pertama memaparkan latar belakang permasalahan yang terjadi, mengidentifikasi isu-isu utama yang perlu diperhatikan, serta

menetapkan batasan yang jelas dalam penelitian ini. Di samping itu, bab ini merumuskan pertanyaan penelitian yang akan dijawab, menetapkan tujuan yang ingin dicapai, dan menggali manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini. Terdapat juga pembahasan mengenai studi – studi sebelumnya, kerangka konseptual yang mendasari penelitian, serta penjelasan tentang sistematika pembahasan yang akan digunakan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab kedua membahas teori-teori yang terkait dengan penelitian ini, dan menjelaskan landasan teoritis, pendapat para ahli, studi-studi sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian lebih lanjut, serta hubungan antara variabel-variabel. Bab ini juga memaparkan kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab tiga menjelaskan lokasi dan periode penelitian, metode yang digunakan, serta sumber data yang dapat diandalkan, beserta teknik pengumpulan dan pengolahan data yang digunakan dalam studi ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat menyajikan hasil penelitian, termasuk temuan-temuan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan. Hasil ini disertai dengan analisis mendalam dan kajian yang terintegrasi, memberikan pemahaman yang komprehensif tentang data yang diperoleh.

BAB V : PENUTUP

Bab lima berisi kesimpulan dari hasil analisis data penelitian yang berhubungan dengan objek penelitian, dan menampilkan kesimpulan, saran, serta dokumentasi sebagai bagian akhir dari penelitian.