

Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Masjid Syaikhona Kholil Bangkalan

Junita Nurfaizi^{1*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Trunojoyo Madura
Email: njunita516@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.21107/bep.v4i2.20700>

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of destination image on tourists' visiting decisions at the Syaikhona Kholil Mosque in Bangkalan. The type of research used is quantitative with a descriptive approach using multiple regression analysis techniques. The respondents in this study numbered 40 tourists, with 22 local tourists and 19 tourists from outside the region. The results of the study show that destination image has a positive effect on the decision to visit the Syaikhona Kholil Mosque.

Keywords: *Destination Image, Visit Decision*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di wisata religi Masjid Syaikhona Kholil Bangkalan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif menggunakan teknik analisis regresi berganda. Adapun responden dalam penelitian ini berjumlah 40 wisatawan, dengan 22 wisatawan lokal dan 19 wisatawan luar daerah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra destinasi berpengaruh positif terhadap keputusan berkunjung ke Masjid Syaikhona Kholil.

Kata kunci: *Citra Destinasi, Keputusan Berkunjung*

PENDAHULUAN

Indonesia kaya akan budaya serta destinasi wisata yang indah dan menarik untuk dikunjungi bagi wisatawan lokal maupun mancanegara, terdapat berbagai bentuk pariwisata yang tersedia di berbagai daerah di Indonesia meliputi wisata sejarah, wisata alam, wisata pendidikan, wisata kuliner, serta wisata religi. Adapun bentuk destinasi wisata yang akan dibahas pada jurnal ini adalah mengenai wisata religi. Indonesia merupakan negara yang memiliki 6 agama yang telah diakui dengan agama Islam sebagai keyakinan mayoritas, Berdasarkan laporan The Royal Islamic Strategic Studier Center (R/ISSC) menunjukkan bahwa populasi muslim di Indonesia diperkirakan sebesar 237, 56 Juta jiwa pada tahun 2022, hal tersebut menjadi alasan mengapa terdapat banyak tempat wisata religi Islam yang bisa dikunjungi seluruh oleh umat muslim untuk memenuhi kebutuhan rohani dan rasa keingintahuan mereka pada tempat tersebut. Berbagai bentuk Tempat wisata religi Islam yang dapat ditemukan yaitu berupa masjid, museum Islam, istana peninggalan kerajaan Islam di masa lalu, dan yang terakhir yaitu ziarah ke makam tokoh Islam terkenal.

Berkenaan dengan tempat wisata religi berupa masjid, di wilayah Jawa Timur tepatnya di daerah Madura Kabupaten Bangkalan terdapat makam seorang tokoh Islam terkenal yang bernama Syaikhona Kholil. Syaikhona Kholil adalah seorang guru dari ulama di Indonesia yaitu KH Hasyim Asy'ari yang merupakan pendiri dari Nahdlatul Ulama (NU) serta KH Syamsul Arifin. Selain menyebarkan agama Islam, Syaikhona Kholil juga ikut turut membantu menanamkan semangat nasionalisme melalui jalan pendidikan di tengah gejolak kolonialisme Belanda di Nusantara yaitu dengan memberikan pemahaman kepada para santri bahwa membela negara adalah bentuk atau bagian dari iman, aktivitas penanaman nasionalisme tersebut tampaknya dilakukan olehnya secara masif dan intensif sehingga dapat membangkitkan semangat nasionalisme di kalangan para santri, yang kemudian dibuktikan dengan perlawanan oleh para santri Syaikhona kholil secara kultural dan fisik di sejumlah wilayah terutama di Jawa dan Madura.

Di samping itu Syaikhona Kholil juga berperan dalam membangun sejumlah masjid sebagai tempat untuk menjalankan kegiatan spiritual dan pusat pusat pendidikan Islam. Dengan berbagai kontribusi besar yang telah dilakukannya maka tak heran bahwa Syaikhona Kholil menjadi figur yang sangat penting dalam sejarah keagamaan khususnya bagi masyarakat Madura.

Di kabupaten Bangkalan tepatnya di desa Martajasah, terdapat sebuah masjid yang selalu kedatangan pengunjung baik dari dalam maupun luar daerah Bangkalan yang dinamakan Dengan masjid Syaikhona Kholil. Masjid tersebut merupakan satu di antara tempat yang sering dikunjungi oleh wisatawan baik dari penduduk lokal maupun penduduk luar daerah Bangkalan, keistimewaan terbesar dari masjid tersebut yaitu terdapat makam dari Syaikhona Kholil seperti yang telah diperkenalkan sebelumnya. Ketokohan dan Perannya terhadap penyebaran agama Islam kemungkinan besar menyebabkan banyak orang yang ingin berkunjung sekaligus berziarah ke makam beliau yang letaknya di dalam masjid tersebut, selain itu faktor lain yang dapat melatarbelakangi keputusan orang-orang untuk berkunjung Masjid Syaikhona Kholil adalah karena citra destinasi wisatanya.

Pengertian citra Destinasi merupakan pengetahuan dan keyakinan yang dimiliki Oleh wisatawan terhadap Suatu lokasi, Artuger et all (2013) menerangkan bahwa citra destinasi berpengaruh tinggi terhadap minat berkunjung wisatawan. Citra destinasi menjadi penting bagi suatu tempat wisata karena hal tersebut dapat mempengaruhi persepsi dan gambaran wisatawan terhadap tempat tersebut yang nantinya akan mempengaruhi kepuasan mereka. seperti pada hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Coban (2012) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan citra Destinasi kepada kepuasan Wisatawan yang berarti bahwa citra destinasi wisata yang positif dapat menciptakan kepuasan yang tinggi, begitu juga ketika citra Destinasi wisatanya negatif maka akan timbul rasa tidak puas dan tidak senang. Oleh karena itu Terlepas dari keberadaan makam Syaikhona Kholil yang terletak di dalam masjid serta keindahan ornamen dan arsitektur yang dimiliki oleh masjid tersebut, terdapat faktor-faktor lain yang dapat menjadi pertimbangan penting dan perhatian bagi wisatawan sebelum memutuskan untuk berkunjung ke masjid Syaikhona Kholil, terlebih kehadiran media sosial dapat memudahkan calon wisatawan untuk mencari tau informasi mengenai destinasi wisata tersebut dan semua yang

berkaitan dengannya. Sehingga nantinya akan menghasilkan keputusan untuk bersedia-tidaknya mereka untuk berkunjung. Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di Wisata Religi Masjid Syaikhona Kholil Bangkalan”.

Berdasarkan hal tersebut, maka dirumuskan suatu permasalahan yaitu apakah Citra Destinasi berpengaruh terhadap keputusan berkunjung wisatawan di wisata religi Masjid Syaikhona Kholil Bangkalan. Sedangkan tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung wisatawan di wisata religi Masjid Syaikhona Kholil Bangkalan.

TINJAUAN PUSTAKA

Citra Destinasi

Pengertian citra destinasi menurut Pitana dan Diarta (2009) yaitu keyakinan yang dimiliki oleh wisatawan tentang produk atau pelayanan yang Mereka beli atau akan dibeli, sedangkan menurut Lawson dan Baud Bovy (1977, dikutip dalam Lopes, 2011, hlm.307-308) mendefinisikan bahwa citra destinasi merupakan ekspresi pengetahuan objektif, dugaan, imajinasi serta pemikiran emosional individu atau kelompok mengenai lokasi tertentu. Sebuah penelitian dari Coban (2012) menerangkan bahwa citra destinasi mencakup hasil penilaian rasional (*citra kognitif*) dan penilaian emosional (*citra afektif*) terhadap suatu destinasi, citra kognitif merupakan keyakinan serta informasi yang dimiliki seseorang mengenai suatu destinasi. Lebih lanjut Ia menjelaskan bahwa dimensi dari citra kognitif terdiri dari Atraksi Wisata (*Touristy Tradition*), Fasilitas Dasar (*Basic Facilities*), Atraksi Budaya (*Cultural Attractions*), Aksesibilitas dan Substruktur Pariwisata (*Touristy Substructures and Access*), Lingkungan Alam (*Natural Environment*), dan Faktor Ekonomi (*Variety and Economical Factors*) (Coban,2021), kemudian pengertian satu dari beberapa alternatif pilihan destinasi wisata yang mereka ketahui untuk dikunjungi. Menurut Pitana dan Gayatri (dalam Eryani:5) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan wisatawan, yaitu:

- Karakteristik wisatawan, meliputi karakteristik sosial (umur, pendidikan, dan pengalaman sebelumnya), ekonomi (pendapatan), dan karakteristik perilaku (motivasi, sikap, dan nilai yang dianut).
- Kesadaran akan manfaat perjalanan, pemahaman mengenai destinasi yang akan dikunjungi, dan citra destinasi.
- Gambaran perjalanan yang terdiri dari jarak, lama tinggal di daerah tujuan wisata, hambatan waktu dan biaya, bayangan akan resiko ketidakpastian, dan tingkat kepercayaan terhadap biro perjalanan wisata
- Kelebihan mengenai daerah tujuan wisata, yang terdiri dari jenis serta sifat atraksi yang ditawarkan, kualitas layanan, lingkungan fisik dan sosial, situasi politik, aksesibilitas, dan perilaku masyarakat lokal terhadap wisatawan. Yang ikut berperan penting sebagai salah satu atribut daerah tujuan adalah citra (*image*) yang dimiliki.

Keputusan Berkunjung

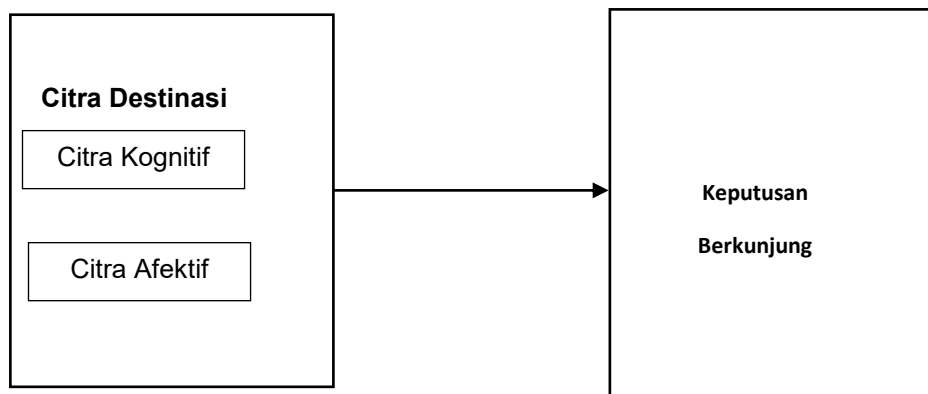
Sementara pengertian keputusan pembelian (yang dikaitkan dengan dunia pariwisata sebagai keputusan berkunjung), seperti yang diterangkan oleh Kotler

dan Keller (dalam) sebagai hasil pemilihan konsumen dari berbagai alternatif pilihan yang mereka peroleh. Dari pengertian tersebut berarti bahwa penjunjung memilih satu dari beberapa alternatif pilihan destinasi wisata yang mereka ketahui untuk dikunjungi

Kerangka Konseptual

Berdasarkan dari uraian Pada kajian teori sebelumnya, maka hipotesis pada penelitian ini yaitu citra destinasi (X) berpengaruh signifikan terhadap probabilitas keputusan berkunjung Wisatawan di Masjid Syaikhona Kholil Bangkalan (Y)¹.

Gambar 1. Hipotesis Penelitian



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Explanatory research menurut Singarimbun dan Effendy (1995 : 4) merupakan penelitian penjelasan yang menekankan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, Sedangkan pendekatan kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menggunakan angka mulai dari pengumpulan dan penafsiran data hingga Penjabaran hasil penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data Kuantitatif, yaitu data yang diolah dan di analisis menggunakan perhitungan statistik. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer yang di dapatkan melalui penyebaran kuesioner oleh sampel yang diteliti berkaitan dengan citra destinasi (X) dan keputusan berkunjung (Y), serta data sekunder yang diperoleh dari studi pustaka.

Populasi pada penelitian ini merupakan wisatawan yang pernah berkunjung di destinasi wisata Masjid Syaikhona Kholil Bangkalan untuk dimintai pendapatnya mengenai variabel Citra Destinasi terhadap Keputusan pribadi mereka untuk berkunjung ke masjid tersebut. Pengambilan sampel menggunakan metode Accidental Sampling dengan menetapkan pengambilan sampel berjumlah 40 wisatawan (lokal dan luar daerah), sebagaimana menurut Kerlinger dan Lee (2002) bahwa jumlah minimal sampel dalam penelitian

kuantitatif yaitu sebesar 30 sampel. Adapun pengolahan datanya dilakukan secara statistik menggunakan SPSS.

Informasi Responden

Tabel 1. Informasi Responden

Identitas	Kategori	Jumlah
Usia	19-29	30
	30-40	1
	41-50	9
Domisili	Bangkalan	22
	Madura (Luar Wilayah Bangkalan)	9
	Luar Pulau Madura	9

Sumber : Hasil Kuesioner Peneliti, 2023

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Statistik Deskriptif

variabel	N Statistic	Minimum statistik	Maksimum statistik	Range statistik	Sum statistik
X1	40	39	65	26	2169
X2	40	9	15	6	539
Y	40	12	20	8	674

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2023

**Tabel 3. Pengaruh citra destinasi (X) terhadap keputusan berkunjung (Y)
Output Korelasi Dan Koefisien Determinasi Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung**

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 ^a	0,807	0,796	1,035

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Koefisien korelasi antara variable X (citra destinasi) terhadap variable Y (Keputusan berkunjung) yaitu 0,898. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara variable X dengan Y.

Kemudian data menunjukkan nilai R Square (Koefisien determinasi) sebesar 0,807 atau 80,7%. R Square adalah hasil pengkuadratan nilai korelasi. Menunjukkan bahwa setiap dimensi citra destinasi (X) berkontribusi besar 80,7% terhadap variable keputusan berkunjung sedangkan sisanya yaitu 19,3% merupakan faktor lain.

Tabel 4. Pengujian Hipotesis dan Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	165,434	2	82,717	77,158	.000 ^b
	Residual	39,666	37	1,072		
	Total	205,100	39			

a. Dependent Variable: Y
 b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Pada tabel di atas, F hitung = 77,158 adalah nilai F hitung korelasi setiap dimensi X citra destinasi terhadap variable keputusan berkunjung secara simultan dengan tingkat probabilitas sig. 0,000. Nilai Fhitung 77,158, dibandingkan dengan Ftabel yaitu 3,25 maka Fhitung > Ftabel yang berarti bahwa setiap dimensi X (citra destinasi) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variable keputusan berkunjung.

Dengan nilai signifikansi = 0,000 < 0,05 maka H0 = ditolak dan H1=diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara citra destinasi (citra kognitif dan citra afektif) terhadap keputusan berkunjung ke Masjid Syaikhona Kholil.

Tabel 5. Uji Hipotesis dan Uji t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	0,209	1,395		0,150	0,882
	X1	0,281	0,034	0,838	8,160	0,000*
	X2	0,104	0,131	0,081	0,792	0,434

a. Dependent Variable: Y

*signifikan pada level 5%

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Data menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh antara citra destinasi terhadap keputusan berkunjung. Dengan membandingkan nilai t-hitung dengan tabel dapat dijelaskan:

1. Terdapat dampak yang signifikan antara dimensi citra kognitif terhadap keputusan berkunjung dengan nilai signifikan $0,000 < 0,050$ dan thitung $8,160 > 2,02439$ sehingga H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima.
2. Terdapat dampak yang tidak signifikan antara citra afektif terhadap keputusan berkunjung dengan nilai signifikansi $0,434 > 0,050$ dengan thitung $0,792 > t_{tabel} 2,02439$ sehingga H_0 diterima sedangkan H_1 ditolak.

Model persamaan Regresi Berganda

Persamaan regresi berganda pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung ke Masjid Syaikhona Kholil Bangkalan yaitu:

Tabel 6. Model persamaan Regresi Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$
$$Y = 0,029 + 0,281X_1 + 0,104X_2$$

Sumber : Diolah Peneliti, 2023

Hasil analisis menampilkan nilai konstanta sebesar 0,029 yang artinya jika X_1 dan X_2 diabaikan maka tingkat keputusan berkunjung sebesar 0,029. Koefisien $X_1=0,281$, berarti bahwa setiap kenaikan satu satuan nilai afektif maka akan meningkatkan nilai keputusan berkunjung sebesar 0,281. Sedangkan koefisien $X_2=0,104$ menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan nilai afektif maka akan meningkatkan pula nilai keputusan berkunjung sebesar 0,104.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di Masjid Syaikhona Kholil, yaitu dapat disimpulkan bahwa variabel citra destinasi mempengaruhi keputusan berkunjung wisatawan ke Masjid Syaikhona Kholil. Oleh karena itu maka pemerintah daerah harus memperhatikan tempat wisata religi tersebut agar dapat selalu dikunjungi oleh para wisatawan, baik wisatawan lokal maupun luar daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Nafis, R. W. (2022). pengaruh citra destinasi dan kepercayaan wisatawan terhadap keputusan berkunjung (studi pada wisatawan di Pantai Balekambang, Kabupaten Malang). *ECOBUSS*, 41-42.
- Napu, D. M., Nurhidayat, W., & Rifai, M. S. (2022). pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung ke Masjid Syaikhona Kholil. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 25-28.
- Prawira, D., & Putra, T. (2022). pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di daya tarik wisata pantai pasir jambak kota padang. *jurnal pendidikan tambussi*, 1179.