

## **Analisis Kepuasan Peziarah Terhadap Objek Wisata Religi Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Madura**

✉ **Lilis Suaibah**

Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan peziarah terhadap objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Madura. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Lokasi penelitian ditentukan secara purposive dengan pertimbangan objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil merupakan objek wisata religi di Madura yang paling banyak dikunjungi peziarah. Metode analisis yang digunakan adalah analisis GAP Servqual yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal dan Berrry (1998). Dimensi kualitas pelayanan (service quality) terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty. Kepuasan peziarah ditentukan dengan menghitung selisih antara Perceived Value dengan Expectation Value. Hasil analisis GAP Servqual didapatkan nilai untuk dimensi emphaty, reliability dan responsiveness adalah positif menunjukkan bahwa peziarah telah terpuaskan preferensinya, sedangkan untuk dimensi tangibles dan assurance adalah negatif, artinya peziarah belum terpuaskan preferensinya. Dimensi emphaty memiliki nilai gap dengan nilai positif tertinggi, atau merupakan dimensi yang paling memuaskan peziarah.*

*Kata Kunci: Wisata Religi, Pariwisata Syariah, GAP Servqual, Service Quality, Dimensi Kualitas pelayanan,*

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata syariah merupakan salahsatu objek wisata yang potensial untuk dikembangkan di Madura. Jika dimanagemen dengan baik akan meningkatkan perekonomian masyarakat dan pendapatan daerah. Kondisi sosial budaya yang kental dengan nilai-nilai islami merupakan salahsatu faktor pendukung pengembangan wisata syariah. Disamping itu adanya cagar budaya Islam dan pondok pesantren tradisional menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Berkembangnya wisata syariah di Indonesia tak luput dari bergesernya tren pariwisata secara global. Akhir-akhir ini objek wisata syariah memiliki tempat tersendiri bagi wisatawan. Hal ini dapat terlihat dari kenaikan jumlah kunjungan ke tempat-tempat wisata syariah. Di Madura tren kenaikan kunjungan wisatawan juga dipengaruhi oleh kesiapan infrastruktur penunjang seperti adanya jembatan suramadu dan jalan raya yang sudah termasuk kategori layak disekitar perjalanan menuju lokasi objek wisata syariah (Agustina F., dan Anshori, N., 2008).

Wisata religi merupakan salah satu objek pariwisata syariah andalan Madura. Dari beberapa objek pariwisata syariah di Madura, objek wisata religi makam ulama' dan raja-raja Islam merupakan salahsatu objek wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan (Nahidloh, S., 2016). Makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Madura

menempati urutan pertama dari indikator kunjungan wisatawan. Rata-rata jumlah wisatawan yang berkunjung atau berziarah ke makam Syaikhona Muhammad Kholil di Bangkalan Madura sebanyak 20.000 orang per bulan, bahkan pada bulan-bulan tertentu seperti bulan ramadhan dan menjelang pelaksanaan ujian nasional, jumlah peziarah mencapai 40.000 orang.

Objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil memiliki potensi yang cukup besar namun belum dikelola secara profesional, seharusnya dengan kharisma Syaikhona Muhammad Kholil dan sarana prasarana yang ada, jumlah kunjungan wisatawan masih bisa ditingkatkan. Untuk itu pemerintah daerah perlu mendorong pengelola pariwisata religi untuk memperbaiki kinerjanya dalam meningkatkan kunjungan wisatawan serta mengoptimalkan peran pelaku bisnis disekitar objek wista religi sehingga transaksi bisnis di pasar wisata meningkat.

Perkembangan wisata religi sangat ditentukan oleh kepuasan peziarah. Kepuasan peziarah merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh pengelola wisata religi. Penilaian atau persepsi peziarah terhadap kualitas pelayanan pengelola wisata religi merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan objek wisata tersebut. Peziarah yang terpenuhi preferensinya secara teoritik akan melakukan kunjungan

✉ Corresponding author :

Address : Jl. Raya Telang No. 2 Kamal-Bangkalan

Email : lilissuwaibah12@gmail.com

berulang dan bersedia memberikan penilaian lebih atas atribut yang ada pada objek wisata religi. Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan peziarah terhadap objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Madura.

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan mengetahui kepuasan peziarah terhadap objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Madura. Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey pada objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil.

Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), yaitu objek wisata dengan pertimbangan makam Syaikhona Muhammad Kholil merupakan objek wisata religi yang paling banyak dikunjungi oleh peziarah.

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat melalui wawancara dengan bantuan kuisioner dan data skunder yang didapat dengan metode dokumentasi. Selain itu Wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan bantuan pertanyaan kunci dilakukan kepada pengelola wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil.

Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan metode *Servqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman et. al., 1998 dan indikator yang digunakan oleh peneliti mengembangkan indikator Parasuraman et. al., 1998, Choo-kaew et al, 2015 dan indikator lainnya yang relevan untuk menilai kepuasan peziarah. Namun dimensi yang digunakan sama dengan model Parasuraman et. al., 1998 yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*. Penilaian dilakukan dengan satu tahap yaitu melalui pengisian kuisioner oleh peziarah untuk menyatakan persepsi dan ekspektasinya terhadap pelayanan/jasa wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil.

Teknik pengolahan data yang dipergunakan dalam penelitian ini seperti uji validitas reliabilitas dan perankingan menggunakan SPSS 16. Aktivitas lainya yaitu melakukan *gap analysis* dengan menghitung persepsi dan harapan peziarah atas pelayanan/jasa dengan menggunakan *microsoft excel*. Kemudian mengevaluasi dan menganalisis hasil dari perhitungan *gap analysis* dan didiskripsikan dalam bentuk narasi untuk dapat diambil suatu kesimpulan.

**Tabel 1.**  
**Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Dimensi	Kode	Atribut
Kualitas pelayanan/ Jasa	Bukti langsung ( <i>tangibles</i> )	T	1 Kelengkapan fasilitas penginapan 2 Akses jalan 3 Layanan transportasi memiliki sistem keamanan
	Kehandalan ( <i>reliability</i> )	R	1 Pelayanan kepada wisatawan harus sesuai dengan prinsip Islam 2 Pengelola dan staf memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam 3 Kesesuaian antara janji dalam brosur dengan realita 4 Kecepatan melayani kebutuhan peziarah 5 Kemampuan mengatur kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam
	Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> )	RE	1 Kecepatan pengelola memberikan informasi yang dibutuhkan peziarah 2 Kecepatan mengatasi permasalahan peziarah
	Jaminan ( <i>assurance</i> )	A	1 Standar pelayanan sesuai dengan standar pariwisata syariah 2 Kebenaran informasi yang diberikan oleh pengelola 3 Jaminan keamanan bagi peziarah 4 Kejujuran pedagang disekitar objek wisata religi
	Empati ( <i>emphaty</i> )	E	1 Kesiediaan pengelola dihubungi setiap saat 2 Sikap ketulusan pengelola kepada peziarah 3 Keramahan pengelola kepada peziarah 4 Sikap menghormati terhadap peziarah 5 Keramahan masyarakat sekitar

Sumber: Diolah peneliti (2017)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas data harapan (*expectation*) dan realita yang diterima peziarah (*perceived*) makam Syaikhona Muhammad Kholil ditampilkan pada tabel 2 dan 3. Uji validitas dan reliabilitas merupakan hasil perhitungan menggunakan IBM SPSS 16. Dalam setiap kuisioner terdapat lima dimensi *Service Quality* yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* yang masing-masing dimensi memiliki indikator atau atribut sebagaimana tersaji pada tabel 1.

Dari pengujian kuisioner dengan IBM SPSS 16, dari 24 atribut yang direncanakan, sebanyak 5 atribut tidak valid yaitu kebersihan, restoran memiliki standar pelayanan halal, bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, adanya tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim untuk melakukan kegiatan keagamaan, dan jaminan halal untuk makanan dan minuman. Hasil pengujian kuisioner tahap kedua, sebanyak 19 butir pertanyaan (pada tabel 2) dinyatakan valid dengan pertimbangan Corrected Item-Total Correlation > r table (0,266) dan memiliki kehandalan untuk dijadikan alat pengukuran kepuasan peziarah atau reliabel karena Cronbach's Alpha if Item Deleted > r table

(0,266).

Tabel 3. menunjukkan bahwa secara umum semua atribut reliabel, karena r alpha positif dan r alpha > r table (0,266). Atribut dari dimensi pada tabel 2 dipergunakan untuk melakukan analisis GAP *servqual*.

### Analisis GAP *servqual*

Penilaian antara tingkat harapan dan kenyataan yang diterima peziarah didasarkan pada perhitungan kuisioner yang diberikan kepada 57 responden dengan skala likert (skala 1 sampai 5). Skala 1 sampai 5 menunjukkan tingkat kepentingan atau tingkat kepuasan peziarah.

*Expectation Value* dan *Perceived Value* dapat dihitung dengan membagi skor total dengan jumlah responden.

Analisis kesenjangan (*gap*) dilakukan dengan perbandingan nilai rata-rata dari kenyataan atau persepsi peziarah dengan harapan atau ekspektasi peziarah terhadap pelayanan/jasa wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil Bangkalan Madura.

*Gap Servqual* perdimensi merupakan gap antara ekspektasi (*expectation*) dan persepsi (*perceived*) dapat dihitung dengan formula:

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Validitas Persepsi Peziarah**

Atribut	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
T1	138.1754	251.647	.633	.728
T2	137.2982	265.177	.420	.741
T3	137.3684	264.880	.299	.742
R1	137.2105	262.741	.465	.739
R2	137.5263	258.968	.616	.735
R3	137.3684	260.273	.532	.736
R4	137.6667	256.405	.598	.732
R5	137.3684	259.665	.581	.735
RE1	137.6842	262.613	.505	.739
RE2	137.7544	258.831	.660	.734
A1	137.4211	260.212	.497	.737
A2	137.2982	267.177	.310	.744
A3	137.2982	264.284	.401	.741
A4	137.9123	255.581	.619	.731
E1	137.9123	253.260	.602	.729
E2	137.5088	255.540	.753	.730
E3	137.3509	258.125	.574	.734
E4	137.3860	259.884	.542	.736
E5	137.8596	253.873	.677	.729
TOTAL ATRIBUT	70.6316	68.308	1.000	.886

**Tabel 3.**

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.747	.904	20

Sumber: Data Primer Terolah, 2017

**Tabel 4.**  
**Keterangan Skala Likert pada Analisis Gap Servqual**

Skala	<i>Expectation Value</i>	<i>Perceived Value</i>
1	Sangat tidak penting	Sangat tidak memuaskan
2	Tidak penting	Tidak memuaskan
3	Cukup penting	Cukup memuaskan
4	Penting	Memuaskan
5	Sangat penting	Sangat memuaskan

Sumber: Diadopsi dari Sambodo dan Dirgantara, 2014.

**Tabel 5.**  
**Hasil Gap Servqual**

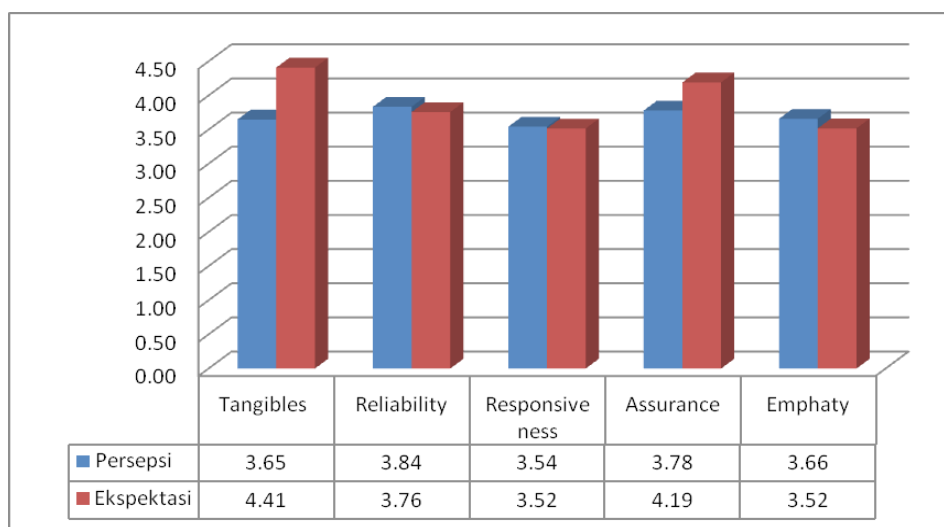
No	Statement	Persepsi	Ekspektasi	Gap	Rank
<b>Dimensi bukti langsung (<i>tangibles</i>)</b>					
1	Kelengkapan fasilitas penginapan	3.09	4.32	-1.23	18
2	Akses jalan	3.96	4.35	-0.39	15
3	Layanan transportasi memiliki sistem keamanan	3.89	4.56	-0.67	16
<b>Dimensi kehandalan (<i>reliability</i>)</b>					
1	Pelayanan kepada wisatawan harus sesuai dengan prinsip Islam	4.05	3.86	0.19	4
2	Pengelola dan staf memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam	3.74	3.68	0.05	9
3	Kesesuaian antara janji dalam brosur dengan realita	3.89	3.82	0.07	8
4	Kecepatan melayani kebutuhan peziarah	3.60	3.58	0.02	12
5	Kemampuan mengatur kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam	3.89	3.84	0.05	10
<b>Dimensi daya tanggap (<i>responsiveness</i>)</b>					
1	Kecepatan pengelola memberikan informasi yang dibutuhkan peziarah	3.58	3.54	0.04	11
2	Kecepatan mengatasi permasalahan peziarah	3.51	3.49	0.02	13
<b>Dimensi jaminan (<i>assurance</i>)</b>					
1	Standar pelayanan sesuai dengan standar pariwisata syariah	3.84	4.54	-0.70	17
2	Kebenaran informasi yang diberikan oleh pengelola	3.96	3.88	0.09	7
3	Jaminan keamanan bagi peziarah	3.96	3.68	0.28	3
4	Kejujuran pedagang disekitar objek wisata religi	3.35	4.67	-1.32	19
<b>Dimensi empati (<i>emphaty</i>)</b>					
1	Kesediaan pengelola dihubungi setiap saat	3.35	3.05	0.30	2
2	Sikap ketulusan pengelola kepada peziarah	3.75	3.63	0.12	6
3	Keramahan pengelola kepada peziarah	3.91	3.56	0.35	1
4	Sikap menghormati terhadap peziarah	3.88	3.72	0.16	5
5	Keramahan masyarakat sekitar	3.40	3.63	-0.23	14

Sumber: Data Primer Terolah (2017)

**Tabel 6.**  
**Hasil Gap Servqual per Dimensi**

No	Dimensi	Persepsi	Ekspektasi	Gap	Rank
1	Bukti langsung ( <i>tangibles</i> )	10.95	13.23	-2.28	5
2	Kehandalan ( <i>reliability</i> )	19.18	18.79	0.39	2
3	Daya tanggap ( <i>responsiveness</i> )	7.09	7.04	0.05	3
4	Jaminan ( <i>assurance</i> )	15.12	16.77	-1.65	4
5	Empati ( <i>emphaty</i> )	18.30	17.60	0.70	1

Sumber: Data Primer Terolah (2017)



**Gambar 1.**  
**Skor Rata-Rata Gap Servqual Tiap Dimensi**

Skor total sub dimensi

$$\text{Gap Servqual per Dimensi} = \frac{\text{Skor total sub dimensi}}{\text{Jumlah atribut per sub dimensi}}$$

Tabel 6. menunjukkan bahwa dimensi *emphaty*, *reliability* dan *responsiveness* memiliki nilai gap positif diantara lima dimensi yang ada dalam penelitian ini, artinya ketiga dimensi *service quality* yang diberikan oleh pengelola makam religi telah memuaskan peziarah. Sementara dimensi *tangibles* dan *assurance* memiliki nilai gap negatif, menunjukkan kedua dimensi tersebut belum memuaskan peziarah.

Dimensi *emphaty* memiliki nilai gap positif terbesar dibanding dimensi lainnya. Kontribusi atribut pada dimensi *emphaty* yang menyebabkan peziarah memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi secara berurutan adalah atribut keramahan pengelola kepada peziarah, kesediaan pengelola dihubungi setiap saat, sikap menghormati kepada peziarah dan sikap ketulusan pengelola kepada pe-

ziarah.

Dimensi *tangibles* memiliki nilai gap negatif terbesar, dibanding dimensi lainnya. Kontribusi atribut pada dimensi *tangibles* yang menyebabkan peziarah memiliki tingkat kepuasan yang lebih rendah adalah atribut kelengkapan fasilitas penginapan, layanan transportasi memiliki sistem keamanan dan akses jalan.

Dari gambar 1. menunjukkan bahawa peziarah merasa kualitas pelayanan yang diberikan untuk dimensi *emphaty*, *reliability* dan *responsiveness* lebih besar dengan apa yang diharapkan, sehingga peziarah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil.

Peziarah merasa kualitas pelayanan yang diberikan untuk dimensi *tangibles* dan *assurance* lebih kecil dengan apa yang diharapkan, sehingga peziarah merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil.

Untuk meningkatkan kepuasan peziarah, ada beberapa atribut yang harus diperbaiki. Pada dimensi *tangibles*, penting untuk dilakukan per-



baikan fasilitas penginapan dan penyediaan sarana transportasi yang lebih baik, aman dan mudah untuk mengaksesnya. Pada dimensi *assurance*, penting untuk dilakukan edukasi dan pendampingan kepada pelaku usaha disekitar objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil agar terdapat diversifikasi produk, peningkatan kualitas produk/jasa yang dijual serta standarisasi harga. Selain itu, standar pelayanan wisata religi idealnya harus mengacu pada standar pariwisata syariah yang ditentukan oleh Global AMuslim Travel Index (GMTI; Chookaew et al (2015).

Secara teoritik, perbaikan manajemen dan *service quality* dalam jangka panjang akan meningkatkan kepuasan wisatawan. Dengan menghilangkan gap antara ekspektasi (*expectation*) dan persepsi (*perceived*) peziarah, maka kepuasan peziarah terhadap objek wisata religi akan meningkat dan positif.

#### SIMPULAN

Nilai gap *servqual* untuk dimensi *emphaty*, *reliability* dan *responsiveness* adalah positif menunjukkan bahwa peziarah telah terpuaskan preferensinya. Nilai gap *servqual* untuk dimensi *tangibles* dan *assurance* bernilai negatif, menunjukkan bahwa peziarah belum terpuaskan preferensinya. Pelayanan yang memiliki nilai gap positif terbesar adalah dimensi *emphaty* menunjukkan bahwa dimensi *emphaty* merupakan dimensi yang paling besar berpengaruh langsung terhadap kepuasan peziarah. Peneliti selanjutnya hendaknya mengembangkan hasil penelitian ini untuk melakukan kajian terhadap kepuasan dan perilaku peziarah, terutama dengan pendekatan kualitatif. Untuk meningkatkan kepuasan peziarah, pihak pengelola perlu memberikan perbaikan terhadap dimensi yang memiliki nilai gap negatif. Diperlukan kebijakan pemerintah dan peran perguruan tinggi untuk meningkatkan kinerja manajemen pengelola objek wisata religi makam Syaikhona Muhammad Kholil.

#### Daftar Pustaka

- Agustina F dan Ansori, N., 2008. *Pemetaan Industri Kreatif dan Penentuan Kompetensi Inti Bangkalan*. Jurnal Teknik Industri Vol 14 (8). p 130-137.
- Chookaew, S., Chanim, O., Charatarawat J., Sriprasert, P., & Nimpaya, 2015. *Increasing Halal Tourism Potential at Andalan Gulf in Thailand for Muslim Country*. Journal Economic, Bussiness and Management, Vol 3 (7). p. 277-279.

<https://kbbi.web.id/ziarah>. diakses pada tanggal 20 Oktober 2017.

Kementerian Ekonomi dan Pariwisata Republik Indonesia. 2013. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009. Jakarta.

Mujib, Misbahul M., 2016. *Tradisi Ziarah dalam Masyarakat Jawa: Kontestasi Kesalehan, Identitas Keagamaan dan Komersial*. Jurnal Kebudayaan Islam UIN Sunan Kalijogo Yogyakarta. Vol 14 (2). p 205-225

Nahidloh S., 2016. *Potensi Pariwisata Islami di Kabupaten Bangkalan Madura*. Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers UTM Madura, 30 Nopember 2016.

Nyoman S. Pendit, 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar*. Prehya Paramita. Jakarta.

Passaruman, A, Zeithnal VA & Berry Leonard L, 1985. *A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research*. Journal of Marketing. Vol 49. No 4 (Fall, 1985). pp 41-50.

Sambodo, Tri A dan Dirgantara, Bima H., 2014. *Analisis Kepuasan Konsumen dengan Servqual Studi Kasus: Media Sosial Bhinneka. Com*. Prosiding Seminar Nasional Sistem Informatika Indonesia, 22 September 2014.

Sarjono Haryadi dan Natalia, 2014. *Servqual dalam Pelayanan Kelas pada Laboratorium Manajemen*. Binus Business Review Vol. 5 (1) p: 404-417.

Sinaga, Baja H.M., 2009. *Persepsi Pengguna Jasa*. FE UI, Jakarta.

Sumarwan, U., A Jauzi, A Mulyana, B.N. Karno, P.K, Marwadi & W Nugrogo. 2011. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. IPB Press. Bogor.

Tjiptono, F dan Chandra, G.; 2011. *Service, Quality, and Satisfaction*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi.