

## APAKAH HANYA TINGKAT RELIGUITAS YANG MEMPENGARUHI MINAT WISATA RELIGI SUNAN GIRI

Widhi Ariestianti Rochdianingrum

*widhiariestianti@stiesia.ac.id*

Dian Palupi

Rika Rahayu

Muhammad Faisal

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

---

### ABSTRACT

*Religious tourism is one of the popular types of tourism in Indonesia and has a considerable influence on the local economy. This religious tour always attracts many visitors throughout the year. The purpose of this research is to know what factors influence people's interest in doing religious tourism in Sunan Giri, Gresik Regency. Respondents in this study were visitors to the tomb of Sunan Giri, both in groups and independently. Analysis of the relationship between the independent variable and the dependent variable in this study using SPSS. From the results of the study, it was found that the level of education, income level, and type of work did not affect the interest of tourists in visiting the tomb of Sunan Giri. Based on the results of the study, it was found that the level of religiosity affects the interest of tourists in doing religious tourism. The more religious a person is, the greater the interest of a person in doing religious tourism. This condition is because when tourists visit places that are considered sacred and bring blessings, the more calm their heart and get positive energy for themselves. Tourists also feel that what is said in prayer will be more easily answered because praying in a place that is considered to bring blessings and goodness.*

*keywords: level of religiosity, education, income, type of work, religious tourism*

### ABSTRAK

Wisata religi merupakan salah satu jenis wisata yang populer di Indonesia dan memiliki pengaruh yang cukup besar bagi perekonomian lokal. Wisata religi ini selalu menarik banyak pengunjung sepanjang tahunnya. Tujuan dari penelitian ini ingin diketahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat dalam melakukan wisata religi di Sunan Giri Kabupaten Gresik. Responden dalam penelitian ini merupakan pengunjung makam Sunan Giri baik yang datang secara kelompok maupun mandiri. Analisis hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini menggunakan SPSS. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa tingkat pendidikan, tingkat penghasilan, dan jenis pekerjaan tidak mempengaruhi minat wisatawan dalam berkunjung ke makam Sunan Giri. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa tingkat religuitas mempengaruhi minat wisatawan dalam melakukan wisata religi. Semakin religius seseorang maka semakin besar minat seseorang melakukan wisata religi. Kondisi ini dikarenakan ketika wisatawan berkunjung ke tempat – tempat yang dianggap suci dan membawa berkah maka semakin tenang hatinya dan mendapatkan energi positif bagi dirinya. Wisatawan juga merasakan bahwa apa yang dipanjatkan dalam doa akan menjadi lebih mudah terkabul karena berdoa di tempat yang dianggap membawa berkah dan kebaikan.

Kata kunci: tingkat religuitas, pendidikan, penghasilan, jenis pekerjaan, wisata religi

### PENDAHULUAN

Berziarah bukan merupakan hal yang baru bagi dunia pariwisata Indonesia. Sejak

jaman dahulu masyarakat sudah mengenai wisata ziarah. Dalam ajaran Islam sendiri juga dikenalkan mengenai berziarah. Pesan

utama yang ingin disampaikan dalam berziarah bahwa kita harus selalu ingat kepada Allah SWT karena bagaimanapun kita akan kembali kepadaNya. Dalam perkembangannya ziarah merupakan kegiatan mengunjungi tempat yang dianggap suci dan mengandung suatu nilai yang besar yang disebabkan oleh rasa keagamaan seseorang.

Tempat yang menjadi tujuan berziarah bagi masyarakat Indonesia kebanyakan adalah tempat-tempat suci yang dianggap bisa membawa berkah, seperti makam para ulama, makam orang tua, ataupun tokoh yang berjasa dalam pengenalan agama Islam. Tempat-tempat ini selalu ramai dikunjungi oleh para penziarah setiap harinya, bahkan pada saat tertentu tempat ini akan lebih ramai dikunjungi dibandingkan hari biasanya. Pada umumnya tujuan utama seseorang melakukan ziarah adalah untuk mendapatkan keberkahan dari Allah SWT dengan berdo'a di tempat-tempat suci, untuk mendapatkan pengalaman spiritual yang dapat menenangkan hati. Namun seiring dengan berjalannya waktu tujuan wisatawan berziarah mengalami variasi yaitu bukan hanya untuk mendapat keberkahan dan pengalaman spiritual namun juga untuk meminta suatu permintaan tertentu, sebagai wujud syukur kepada Allah SWT, untuk memenuhi nazar (jaji berkunjung ke tempat tersebut), untuk mengekspresikan penyesalan, untuk memenuhi kewajiban serta untuk mendapatkan keselamatan (Stoddard,1997).

Salah satu tempat wisata ziarah yang ramai dikunjungi adalah makam sunan Giri. Sunan Giri adalah salah satu penyebar agama Islam, tokoh pemerintahan yang membangun kabupaten Gresik. Makam sunan Giri selalu ramai dikunjungi para penziarah baik yang berasal dari dalam kota maupun dari luar Indonesia. Sebagian besar penziarah datang secara rombongan yang dipimpin oleh ketua rombongan, namun ada pula penziarah yang datang bukan dalam bentuk kelompok. Setiap hari selalu saja ada penziarah datang untuk berziarah, terlebih lagi saat akhir pekan atau liburan, saat bulan suroh, saat menjelang Ramadhan, saat 10

hari terakhir Ramadhan, dan saat perayaan Haul sunan Giri (peringatan hari kelahiran ) jumlah pengunjung akan bertambah jauh lebih besar. Besarnya minat masyarakat untuk berziarah ke makam sunan Giri merupakan suatu potensi bagi pengembangan wisata ziarah di kabupaten Gresik.

Poria *et al* (2003) mengemukakan bahwa tingkat religuitas seseorang mempengaruhi minat wisata religi. Seseorang dengan tingkat religuitas yang lebih tinggi akan lebih sering melakukan ziarah ke tempat yang dianggap suci dan dapat memberikan pengalaman spiritual. Hal ini dikarenakan adanya tingkat spiritualitas yang ingin di capai saat seseorang melakukan wisata ziarah ke tempat suci. Untuk mencapai tingkat spiritualitas yang diinginkan, para penziarah akan melakukan kegiatan ritual agama di tempat suci tersebut. Dalam agama Islam kegiatan ritual agama yang biasanya dilakukan saat berziarah adalah berzikir, berdoa, membaca surat-surat pendek.

Pendapat Poria *et al* (2003) sejalan dengan Blackwell (2014) besarnya keinginan masyarakat atau seseorang untuk melakukan wisata ziarah sangat dipengaruhi oleh tingkat religuitas seseorang dan tingkat pendapatan yang dimiliki oleh orang tersebut. Sehingga semakin tinggi tingkat religuitas seseorang maka semakin tinggi minat wisata ziarah orang tersebut. Hal ini dikarenakan penziarah merasa mendapatkan pengalaman spiritualitas yang lebih tinggi dan ini membuat penziarah merasa lebih tenang, nyaman, aman dan dekat dengan Allah SWT. Saat melakukan ziarah, biasanya para penziarah akan mengunjungi beberapa tempat suci atau penziarah akan berada pada tempat suci selama beberapa waktu. Oleh karena itu akumulasi pendapatan para penziarah akan mempengaruhi minat penziarah dalam berziarah. Pendapatan yang dimiliki diperlukan para penziarah untuk mencukupi kebutuhannya selama berziarah selama penziarah tidak bekerja guna melakukan kegiatan berziarah.

Menurut Pendit (1994) berdasarkan motivasi melakukan wisata, wisata ziarah

merupakan salah satu jenis wisata. Gitapati (2012) tingkat pendapatan tidak mempunyai pengaruh terhadap kunjungan wisata. Hal ini didukung oleh penelitian Nugraha (2015) dimana tingkat pendapatan, aksestabilitas serta sarana transportasi dan hotel tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan wisata. Gitapati (2012) dan Nugraha (2015) tidak sejalan dengan Huda (2008). Huda (2008) tingkat pebapatan dan tingkat pendidikan mempengaruhi minat wisata. Selain tingkat pendapatan, minat wisata juga dipengaruhi oleh pendidikan (Oetarjo, 202) dan Djijono (2002) dan Cooper *et al* (2005). Dimana semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka semakin variasi wisata yang dibutuhkan sehingga semakin besar untuk melakukan wisata. Variasi wisata dibutuhkan untuk meningkatkan pengalaman dan pengetahuan yang didapatkan saat melakukan wisata. Semakin variatif jenis wisata yang dilakukan maka semakin banyak pengalaman yang didapatkan.

Selain itu menurut Cooper *et al* (2005) perintaan wisata dipengaruhi oleh pekerjaan seseorang. Saat seseorang memiliki pekerjaan maka seseorang tersebut akan mempunyai penghasilan. Sehingga seseorang memiliki dana yang tersedia untuk melakukan perjalanan wisata. Namun Cooper *et al* (2005) tidak sejalan dengan Huda (2008) pengeluaran, jumlah anggota keluarga, harga tiket kompetitor, pekerjaan, dan jarak tidak mempengaruhi minat wisata.

Berdasarkan pemaparan diatas, masing-masing faktor memiliki implikasi yang berbeda berdasarkan penelitian yang dilakukan. Beberapa faktor seperti tingkat religuitas dan pendapatan bersarkan penelitian sebelumnya memiliki keterkaitan dengan minat berziarah (wisata ziarah), sedangkan faktor pendidikan, pekerjaan, dan penapatan secara mempengaruhi minat wisata secara umum. Belum diketahui apakah faktor pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan memiliki keterkaitan dengan minat ziarah. Oleh karena itu dalam penelitian ini ingin dilihat apakah faktor-faktor tersebut seperti tingkat religuitas, pendapatan, pendidikan,

dan pekerjaan mempengaruhi minat penziarah dalam berziarah ke makam sunan Giri.

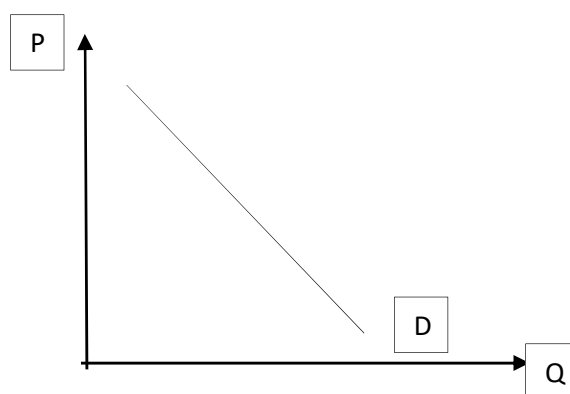
Oleh karena itu dalam penelitian ini ingin dilihat apakah faktor-faktor tersebut seperti tingkat religuitas, pendapatan, pendidikan, dan pekerjaan mempengaruhi minat penziarah dalam berziarah ke makam sunan Giri.

## Literature Review

### Teori Permintaan

Permintaan merupakan keinginan konsumen yang disertai dengan kemampuan untuk membeli atau mendapatkan barang atau jasa yang bersangkutan (Rosyidi,2005). Sukirno (2013) permintaan merupakan gambaran mengenai hubungan antara tingkat harga dengan jumlah permintaan barang atau jasa secara keseluruhan.

Hukum permintaan menyatakan bahwa "semakin tinggi suatu harga maka semakin sedikit permintaan akan barang tersebut secara keseluruhan", sehingga dari hukum permintaan dapat digambarkan kurva permintaan sebagai berikut.



**Gambar 1**  
**Kurva Permintaan**

Sumber: Sukirno, 2013

Rosyidi (2014) yang mempengaruhi permintaan konsumen akan barang atau jasa yang dikonsumsi adalah:

**a. Harga barang tersebut.** Jika harga suatu barang yang dikonsumsi oleh konsumen mengalami peningkatan, maka permintaan

akan barang tersebut akan berkurang, begitu juga sebaliknya.

**b. Harga barang lain terutama barang komplementar dan barang substitusi.** Saat barang yang dikonsumsi oleh konsumen mempunyai barang substitusi yang dekat, maka ketika barang yang dikonsumsi mengalami kenaikan harga maka permintaan barang yang dikonsumsi akan berkurang, namun permintaan akan barang substitusi atas barang yang dikonsumsi akan mengalami kenaikan permintaan. Jika barang yang di konsumsi oleh konsumen adalah barang komplementar, jika barang tersebut mengalami kenaikan harga maka permintaan akan barang tersebut berkurang.

**c. Tingkat pendapatan per kapita.** Semakin besar pendapatan masyarakat, maka semakin besar dan variatif barang yang diminta. Semakin kecil pendapatan yang diterima masyarakat maka semakin sedikit dan kurang variatif barang yang diminta.

**d. Cita rasa atau selera.** Citarasa masyarakat akan suatu barang atau jasa akan berubah dari waktu ke waktu. Jika cita rasa suatu masyarakat akan suatu barang meningkat walaupun harga barang tersebut tidak turun, permintaan masyarakat akan barang tersebut tetap akan meningkat. Jika cita rasa masyarakat akan suatu barang mengalami penurunan, walaupun harga tetap permintaan masyarakat akan barang tersebut tetap akan menurun.

**e. Harapan atau perkiraan konsumen.** Jika konsumen memperkirakan bahwa harga barang atau jasa dimasa mendatang akan mengalami kenaikan, maka permintaan barang atau jasa untuk saat ini akan meningkat. Jika konsumen memperkirakan harga suatu barang atau jasa dimasa mendatang mengalami penurunan maka permintaan barang atau jasa dimasa sekarang akan berkurang.

### Permintaan Wisata

Armoni (2011) permintaan wisata merupakan sejumlah orang yang secara keseluruhan melakukan perjalanan, ataupun berniat memanfaatkan fasilitas dan jasa pada suatu

tempat yang jauh dari tempat tinggal atau tempat bekerja.

Perilaku konsumen dalam mengonsumsi terhadap pariwisata sangat berbeda antara satu dengan yang lainnya. Pada beberapa konsumen bisa mengalokasikan seluruh anggaran yang dimilikinya untuk melakukan wisata dan selain itu dapat digunakan untuk mengonsumsi barang secara keseluruhan (Gitapati, 2012). Menurut Hidayat (2011) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen (wisatawan) untuk pariwisata yaitu:

- a. Harga. Harga yang tinggi pada tujuan wisata akan memberikan dampak pada minat wisata.
- b. Pendapatan. Jika pendapatan suatu Negara tinggi maka kecenderungan akan memilih wilayah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi.
- c. Social budaya. Adanya kondisi social budaya yang berbeda dan unik dari daerah lain akan meningkatkan wisata pada daerah tersebut. Social politik. Kondisi social politik suatu wilayah aman dan kondusif maka akan mempengaruhi permintaan wisata.
- d. Harga barang substitusi. Jika daerah yang dijadikan alternative berwisata dapat lebih memenuhi syarat yang diperlukan menjadi tempat wisata yang lebih menarik, maka wisatawan akan lebih memilih ke tempat wisata alternative dari pada ke tempat tujuan utama wisata.

### Wisata Ziarah

Terdapat berbagai macam definisi dari wisata ziarah. Sykes (1982) dalam Stoddard (1997) suatu perjalanan ke tempat suci sebagai suatu bentuk ketaatan dalam beragama. Barandon (1970) dalam Stoddard (1997) ziarah melingkupi tiga kategori yaitu suatu tempat yang suci, sesuatu yang menarik individu atau banyak orang untuk datang ke tempat ini dan tujuan yang spesifik seperti memperoleh beberapa pengalaman spiritual atau keuntungan material. Stoddard (1997) ziarah merupakan suatu perjalanan yang lebih lama

dibandingkan dengan perjalanan local oleh beberapa orang ke tempat suci sebagai salah satu wujud ketaatan terhadap agama. Kegiatan ziarah ini melibatkan perpindahan secara fisik dari satu tempat ke tempat lain. Ebadi (2015) pada masa ini ziarah sangat berkaitan erat dengan aspek budaya local. Ebadi (2015) berdasarkan world tourism organization wisata ziarah dapat dibedakan menjadi:

a. *Religious Pilgrimage*

Dimana wisata ziarah dilakukan hanya berfokus pada kesucian dan hal keramat, beribadah, mengacu pada kerohanian yang lebih tinggi yang ingin dicapai. Tempat suci dan mistis yang menjadi tujuan utama para penziarah yang melakukan ziarah didasarkan atas tingkat religius. Contoh dari kegiatan ini adalah berkunjung ke Mekkah (haji), berkunjung ke makam orang-orang suci, berkunjung ke masjid-masjid. Kegiatan ini dilakukan untuk mendapatkan berkah dari Tuhan Yang Maha Esa, sembuh dari penyakit, dan lain-lain.

b. *Secular Pilgrimage*

Dikelompokkan oleh para akademisi sebagai wisata religi. Kelompok secular pilgrimage termasuk kelompok penziarah yang berkunjung ke tempat suci. Kunjungan ke tempat suci ini selain dimotivasi oleh faktor keagamaan juga dipengaruhi oleh motivasi yang lain yaitu budaya, politik, keinginan untuk mencari pengetahuan, atau hanya sebuah pencarian untuk asal muasal sesuatu dan identitas. Secular pilgrimage diklasifikasikan sebagai berikut:

b.1 *Political Pilgrimage*

Kegiatan ziarah dilakukan untuk menyaksikan atraksi dan upacara yang berkaitan dengan pemimpin nasional, pahlawan atau korban perang atau sejenisnya untuk memberikan rasa hormat serta dilakukan untuk memenuhi rasa penasaran. Contoh dari kegiatan ziarah ini adalah mengunjungi penjara Nelson Mandela, dan tempat istirahatnya Imam Khomeini di dekat Teheran.

b.2 *cultural pilgrimage*

Keputusan seseorang dalam melakukan ziarah bukan hanya karena nilai keagamaan

yang dimilikinya. Banyak diantara para peziarah yang datang karena unsur budaya yang luar biasa dan warisan sejarah yang dimilikinya. Para peziarah datang ke tempat tersebut dikarenakan mengagumi bangunan tersebut, penambilan ataupun pentingnya sejarah yang dikandungnya. Diantaranya adalah tempat kuil, biara, gua, pagoda, candi, gunung, masjid dan lain - lain (Stausberg dan Sharpley, 2012 dalam Ebadi 2015). Penyelenggaraan festival agama juga di klasifikasikan sebagai cultural pilgrimage.

b.3 *Nostalgic Pilgrimage*

Merupakan kegiatan berziarah yang dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pencarian lebih jauh lagi mengenai kondisi social penziarah, keagamaan, kebangsaan atau identitas etnis dan tempat yang dikunjungi dianggap memiliki keterkaitan dengan nenek moyang penziarah atau masa lalu penziarah. Motivasi utama dalam melakukan nostalgic pilgrimage adalah untuk terhubung dengan sejarah penziarah (Sharpley dan Sundaram, 2005). Blackwell (2009) motivasi dalam melakukan ziarah pada dasarnya dapat dilihat dari tingkat religuitas seseorang. Motive religuitas bagaimanapun juga merupakan suatu konsep yang kompleks dengan berbagai lapisan makna dan intensitas.

Blackwell (2009) pada dasarnya yang motivasi utama dalam melakukan ziarah adalah religuitas seseorang atau tingkat religuitas. Selama ini pengukuran tingkat religuitas agama Islam sebagian besar bersal dari penerjemahan dari pengukuran tingkat religuitas dari agama Kristen (Menour, 2014). Menour (2014) merumuskan ada lima dimensi dalam mengukur tingkat religuitas yaitu:

a. *Basic religiosity*

Merupakan dimensi pertama yang berisi mengenai keyakinan agama dan praktek ibadah. Hal ini berarti keyakinan akan suatu agama tidak dapat diobservasi secara independen dari praktek keagamaan yang dilaksanakan. Keyakinan diikuti minimal oleh praktek keagamaan seperti sholat

seseorang disamping ritual formal rutin lainnya. Dimensi ini disebut sebagai dasar dari tingkat religuitas dikarenakan sebagai prasyarat untuk dimensi yang lain.

b. *Central religious duties*

Dimensi ini menjelaskan tingkat ketaatan pada kewajiban utama suatu agama. Dalam agama Islam ini tercermin dalam lima rukun Islam. Rukun Islam terdiri atas mengucapkan dua kalimat syahadat, mendirikan sholat, menjalankan puasa di bulan Ramadhan, membayar zakat dan melaksanakan haji bagi yang mampu. Ketaatan akan kewajiban sebagai muslim sejalan dengan kepatuhan terhadap norma-norma dasar agama yang berlaku. Dimensi ini mengukur tingkat kepatuhan pada tingkat kolektif atau sosial.

c. *Religious experience*

Glock (1969) dalam Menouar (2014) mengasumsikan bahwa seseorang yang religius suatu hari akan mengalamai pengalaman emosional religius. Strak (1965) dalam Menouar (2014) menemukan bahwa aspek komunikasi yang diterima secara spiritual merupakan karakteristik dari pengalaman religius. Pada agama Islam berkomunikasi dengan Allah SWT adalah hal yang sangat umum. Sholat, dan berdoa merupakan beberapa cara yang dalam berkomunikasi dengan Allah SWT.

d. *Religious knowledge*

Pengetahuan mengenai agama yang dimiliki oleh umat Islam diharapkan dijalankan dalam oleh semua penganut Islam. Secara umum sumber pengetahuan dari agama Islam adalah Al-Qur'an dan Sunnah. Glock (1962) dalam Menouar (2014) menyatakan bahwa sangat sulit menentukan konteks agama yang penting dalam setiap denominasi tunggal. Namun guna mengetahui seberapa jauh pengetahuan seorang muslim mengenai agama Islam maka responden akan diberikan pertanyaan mengenai Al-Qur'an, kemudian bagaimana tauladan kehidupan yang diajarkan oleh Rosullah Muhammad SAW dan mengenai Islam secara keseluruhan.

e. *Orthopraxis*

Konsekuensi dari dimensi religuitas merupakan suatu hal yang penting dan memiliki

peran yang berbeda bagi setiap muslim. Derajat dimana tatanan kehidupan orang-orang muslim dalam kehidupan sehari-hari disamping kegiatan atau ritual wajib yang dilakukan dapat memberikan suatu pandangan yang berbeda mengenai tingkat religius dalam kehidupan sehari-hari.

### **Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Menurut Kotler dan Armstrong (1996) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Faktor-faktor tersebut adalah:

a. *Budaya*. Budaya memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada setiap perilaku konsumen.

– Budaya merupakan sekumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan tingkah laku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya. Pengaruh budaya dalam tingkat laku pembelian amat bervariasi.

– Sub budaya, merupakan sekelompok orang yang mempunyai sistem nilai sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi. Yang termasuk dalam sub budaya adalah nasionalisme, agama, kelompok ras, dan wilayah geografi.

– Kelas sosial, merupakan divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan tingkah laku yang serupa. Kelas sosial ini menunjukkan pemilihan produk dan merek tertentu dalam bidang seperti pakaian, peralatan rumah tangga, aktivitas pada waktu senggang dan mobil.

b. *Sosial*. Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi faktor sosial seperti ;

– Kelompok kecil, kelompok kecil ini menghadapkan seseorang pada tingkah laku dan gaya hidup baru, mempengaruhi sikap dan konsep diri orang tadi, serta menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri dapat mempengaruhi pemilihan produk dan merek dari orang lain.

- Keluarga, peran pembelian berubah dengan berubahnya gaya hidup konsumen. Dalam mengambil keputusan pembelian, suatu keluarga sangat bergantung pada produk dan situasi, serta anggota keluarga individu menggunakan jumlah pengaruh yang berbeda.
- Peran dan status, setiap orang menjadi anggota banyak kelompok-keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat ditentukan dalam bentuk peran dan status. Seringkali seseorang memilih produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat.
- c. *Pribadi*. Keputusan seseorang dalam mengkonsumsi juga dipengaruhi oleh faktor pribadi yaitu ;
  - Umur dan tahap hidup. Pemasar seringkali menentukan sasaran pasar dalam bentuk tahap daur hidup dan mengembangkan produk yang sesuai serta rencana pemasaran untuk setiap tahap.
  - Pekerjaan. Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya, sehingga perusahaan dapat melakukan spesialisasi dalam memasarkan produk menurut kelompok pekerjaan tertentu.
  - Situasi ekonomi. Kondisi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk yang dihasilkan. Bila seseorang memiliki pendapatan yang lebih baik maka semakin baik kualitas produk yang akan dikonsumsi.
  - Gaya hidup. Pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam psikografiknya. Gaya hidup termasuk pengukuran AIO (aktivitas, *interest*, opini) dari konsumen. Aktivitas diantaranya yaitu pekerjaan, hobi, berbelanja, berolahraga, dan kegiatn sosial). Minat diantaranya yaitu makanan, mode, keluarga, dan rekreasi. Opini diantaranya mengenai diri mereka sendiri, isu sosial, bisnis, dan produk.
  - Keperibadian dan konsep diri. Keperibadian mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri. Keperibadian dapat bermanfaat guna menganalisis tingkah laku konsumen untuk pemelihan produk atau merek tertentu. Apa yang dimiliki oleh seseorang memberikan kontribusi pada dan mencerminkan identitas mereka.
- d. *Psikologi*. Seseorang ketika memutuskan melakukan pembelian dipengaruhi oleh :
  - Motivasi. Seseorang mempunyai banyak kebutuhan. Terdapat kebutuhan psikologis dan biologis. Kebutuhan biologis muncul dari keadaan lapar, haus, merasa tidak nyaman, dan sebagainya. Kebutuhan psikologis muncul dari kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa memiliki. Kebutuhan psikologis kebanyakan tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang supaya bertindak pada suatu saat. Kebutuhan dapat berubah menjadi motif jika merangsang sampai tingkat intensitas yang mencukupi.
  - Persepsi. Seseorang yang telah termotivasi akan siap untuk bertindak. Cara seseorang bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya. Persepsi merupakan proses yang dilalui orang dalam memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi guna membentuk gambaran yang berarti mengenai dunia. Seseorang dapat membentuk persepsi berbeda dari rangsangan yang sama karena tiga proses penerimaan indera yaitu perhatian yang selektif, distorsi selektif dan ingatan selektif.
  - Pengetahuan. Mrnggambarkan perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari pengalaman. Pembelajaran akan berlangsung saling pengaruh dari dorongan, rangsangan, petunjuk, respon, dan pembenaran. Pentingnya pengetahuan bagi pemasar adalah pemasar dapat membentuk permintaan akan suatu produk dengan menghubungkannya dengan dorongan yang kuat, menggunakan petunjuk yang membangkitkan motivasi, dan memberikan pembenaran positif.
  - Keyakinan dan sikap. Keyakinan merupakan pemikiran yang deskriptif yang dimiliki oleh seseorang mengenai sesuatu. Pemasar akan tertarik dengan keyakinan bahwa seseorang merumuskan mengenai produk

dan jasa spesifik, hal ini dikarenakan keyakinan menyusun citra produk dan merek yang mempengaruhi itngkah laku membeli. Sikap merupakan evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu obyek atau ide yang relatif konsisten. Sikap seseorang menempatkan orang dalam suatu kerangka pemikiran mengenai menyukai atau tidak menyukai sesuatu, mengenai mendekati atau menjauhinya. Oleh karena itu sebuah perusahaan harus berupaya menyesuaikan produksnya dengan sikap konsumen yang sudah ada.

### Method

Penelitian ini di lakukan di Kabupaten Gresik. Data dalam penelitian ini diambil antara bulan maret-april 2017 di objek wisata religi sunan Giri. Pengambilan sampel menggunakan teknik random sampling dimana setiap sampel mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian. Data penelitian dikumpulkan dengan wawancara langsung menggunakan bantuan kuesioner. Jumlah reponden dalam penelitian ini sebesar 147 responden. Penilaian terhadap responden menggunakan skala linkert 1 sampai 5. Dimana 5 menggambarkan sangat setuju dengan pernyataan, 4 setuju dengan pernyataan, 3 biasa saja dengan pernyataan kuesioner, 2 tidak setuju dengan pernyataan dan 1 sangat tidak setuju dengan pernyataan.

Penyebaran kuesioner dilakukan di sekitar makam sunan Giri dan ditujukan ke penziarah makam sunan Giri.

### Definisi Operasional

#### Variabel independen

a. Minat ziarah ke makan sunan Giri (MZ). Merupakan varaibel independen dalam penelitian ini. Untuk melihat seberapa besar minat berkunjung dilihat dari frekuensi kunjungan ke makam sunan Giri selama satu tahun. Baik kunjungan yang dilakukan secara kelompok ataupun secara individu.

#### Variabel dependen

a. Pendidikan (PDK). Menggambarkan tingkat pendidikan terakhir para penziarah pada saat penziarah datang ke makam sunan giri. Untuk mengetahui tingkat pendidikan maka reponden diminta untuk memilih tingkat pendidikan yang dimiliki. Apakah SD, SMP, SMA, D3 – S1; dan diatas S1

b. Tingkat penghasilan (PENG). Menggambarkan tingkat penghasilan yang diterima penziarah selama satu bulan. Baik pendapatan yang didapatkan dari gaji setiap bulan maupun dari sumber yang lain. Para penziarah akan diberikan interval besarnya penghasilan yang didapatkan selama satu bulan. Dari pendapatan selama satu bulan maka dapat diperkirakan besarnya pendapatan selama satu tahun.

c. Pekerjaan (PKR). Menggambarkan profesi yang ditekuni oleh penziarah pada saat penziarah datang untuk berziarah ke makam sunan Giri. Jenis pekerjaan ini akan dibedakan dari pegawai negeri, swasta, wiraswata, pelajar/mahasiswa, dan pensiunan.

d. Tingkat religuitas (REG). Menggambarkan seberapa besar tingkat religuitas para penziarah makam sunan Giri. Tingkat religuitas diukur dengan menggunakan lima dimensi berikut (Menouar, 2014): 1) *Basic religiosity*. Dasar religuitas adalah adanya persetujuan mengenai keyakinan pada ajaran utama suatu agama. Dalam konteks agama Islam tidak diragukan lagi keyakinan akan adanya Allah SWT dan keyakinan akan Al – Qur’an. Dalam tahapan lebih lanjut responden akan diberikan pertanyaan mengenai keyakinan mereka akan jin, malaikat dan mahluk lain yang ada dalam Al – Qur’an. 2) *Central duties*. Dimensi ini mengobservasi tugas utama dalam agama. Dalam dimensi ini, responden akan diberikan pertanyaan yang berkaitan dengan lima rukun Islam yaitu membaca kalimat syahadat, mengerjakan sholat, menjalankan puasa di bulan Ramadhan, membayar zakat dan melaksanakan haji bagi yang mampu. Selain itu dimensi ini juga berkaitan dengan norma-norma yang lain yang masih memiliki keterkaitan dengan rukun Islam. Seperti frekuensi dalam



berdoa dan frekuensi dalam membaca basmallah dalam setiap awal doa'a dan setiap memulia sesuatu yang penting. 3) *Religious experience*. Seseorang yang religius akan merasakan suatu pengalaman religius yang emosional. Dimensi ini bukan hanya mengukur tingkat religious seseorang namun juga mengukur perbedaan berbagai jenis orientasi keagamaan. Untuk mengukur dimensi ini dimasukkan dua sub tipe yaitu mengkonfirmasi dan mereponsif pengalaman religius. Pada dimensi ini, responden akan diberikan pertanyaan seperti apakah anda pernah merasa berkomunikasi dengan Allah SWT, apakah anda merasa seperti diberikan hukuman oleh Allah SWT. 4) *Religious knowledge*. Konten mengenai pengetahuan agama diharapkan akan dilaksanakan oleh seluruh penganut keyakinan agama tersebut. Pengetahuan muslim mengenai agama Islam didapatkan dari Sunnah dan Al-Qur'an. Pada dimensi ini responden akan diberikan pertanyaan mengenai pengetahuannya akan Al-Qur'an, Sunnah dan Islam secara keseluruhan atau secara umum. 5) *Orthopaxis*. Dimensi ini menggambarkan derajat kekolotan terhadap peraturan agama. Dimensi ini menggambarkan ketaatan pada norma agama yang ketat. Seperti lawan jenis tidak berada satu tempat dalam suatu majelis, tidak boleh mendengarkan musik dan lain-lain.

Langkah yang dilakukan dalam pengolahan data dimulai uji validitas dan uji reabilitas kemudian dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Sesudah diolah maka dilakukan analisis secara deskriptif dan kuantitatif. Data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan bantuan SPSS. Model dalam regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$MZ = a + bPDK + bPKR + bPENG + bREG$$

Dimana MZ merupakan minat ziarah, PDK merupakan pendidikan responden, PKR merupakan pekerjaan responden dan PENG merupakan tingkat pendapatan responden.

Adapun dalam penelitian ini berdasarkan pemaparan dalam pendahuluan dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> = Terdapat keterkaitan antara tingkat religuitas dengan minat berziarah ke makam sunan Giri.

H<sub>2</sub> = Terdapat keterkaitan antara tingkat pendapatan dengan minat berziarah ke makam sunan Giri.

H<sub>3</sub> = Terdapat keterkaitan antara tingkat pendidikan dengan minat berziarah ke makam sunan Giri.

H<sub>4</sub> = Terdapat keterkaitan antara jenis pekerjaan dengan minat berziarah ke makam sunan Giri.

## Result and Discussion

### Lokasi Makam Sunan Giri dan Gambaran Umum Wisata Religi Sunan Giri

Makam sunan Giri terletak di atas gunung di Desa Giri Kecamatan Kebomas Kabupaten Gresik. Untuk menuju makam sunan Giri dapat diakses dari dua jalur yaitu jalur dari tengah kota atau dari kawasan industri Kabupaten Gresik. Untuk masuk ke makam Sunan Giri terdapat tiga akses yaitu (1) dari makam sunan Prapen yang merupakan cucu sunan Giri (2) dari tangga sebelah barat. Dari tangga sebelah barat akan melewati gapura dan terdapat dua ukir-ukiran patung kepala naga. Struktur anak tangga sebelah barat menuju makam sunan Giri lebih curam. Dari tangga barat ini kita dapat langsung masuk ke gapura utama masuk makam sunan Giri. (3) melalui tangga sebelah timur. Melalui tangga sebelah timur jalur menuju makam sunan Giri jauh lebih mudah untuk dilewati karena anak tangga menuju makam sunan Giri jauh lebih landai. Jika lewat jalur sebelah timur kita harus berbelok ke kiri sebelum masuk ke masjid sunan Giri guna menuju makam Sunan Giri.

Makam sunan Giri saat ini jauh lebih tertata rapi dan bersih jika dibandingkan dengan beberapa tahun yang lalu. Sebagai salah satu tujuan wisata religi yang populer di pulau Jawa, tempat wisata makam sunan Giri menyediakan fasilitas yang lengkap bagi pengunjung. Adanya akses parkir yang

luas, toilet yang bersih, kedai yang menyediakan makanan dan aneka oleh-oleh khas wisata sunan Giri, dan masjid yang cukup luas serta nyaman merupakan hal yang mendukung kenyamanan para penziarah yang berziarah. Waktu yang sangat pas untuk penziarah yang menginginkan kenyamanan dalam berziarah yaitu saat malam hari selain hari sabtu dan minggu. Hal ini dikarenakan setiap hari sabtu dan minggu jumlah pengunjung sangat banyak sehingga pengunjung saling berdesakan satu sama lain. Saat bulan Suroh, bulan Rajab, bulan Ramadhan terutama lima hari terakhir di bulan ramadhan, saat peringatan hari kelahiran sunan Giri (Haul Sunan Giri) merupakan waktu dimana penziarah akan ramai berdantangan.

Tujuan utama para penziarah datang ke makam sunan Giri adalah untuk berdoa. Ada berbagai macam kegiatan yang dilakukan. Ada yang membaca tahlil, surat Yasin, membaca surat-surat pendek, berzikir, dan hanya berdoa'a. Para penziarah percaya bahwa makam sunan Giri merupakan salah satu tempat suci, dimana para penziarah percaya jika mereka berdo'a di tempat yang suci maka doa'a yang dipanjatkan akan lebih mudah terkabulkan. Bukan hanya itu saja, para penziarah datang ke makam sunan Giri mengharapkan barokah atau keberkahan dari sunan Giri karena menurut para penziarah sunan Giri merupakan salah satu wali Allah di muka bumi ini. Jika penziarah datang secara rombongan, maka terdapat pemimpin penziarah yang akan memimpin rombongan penziarah untuk berdoa'a, berzikir dan membaca Tahlil serta surat Yasin. Namun jika penziarah datang dengan keluarga, teman atau hanya sendiri biasanya penziarah membaca surat Yasing dan berdo'a serta berzikir sendiri – sendiri.

Setelah kegiatan utama selesai (berziarah) para penziarah berkeliling kompleks makam sunan Giri untuk melihat peninggalan sunan Giri serta mempelajari sejarah sunan Giri atau hanya sekedar menikmati suasana di sekitar makam sunan Giri yang asri dan sejuk.

## Deskripsi Variabel Penelitian Minat Wisata Religi Sunan Giri

Para penziarah makam sunan Giri adalah seluruh masyarakat Indonesia namun pada beberapa kesempatan juga terdapat penziarah yang berasal dari luar Indonesia seperti dari Brunei Darussalam, Malaysia, Thailand, Africa serta China. Dari Indonesia selain dari pulau Jawa, penziarah makam sunan Giri juga berasal dari Sumatra, Kalimantan, dan Madura.

Minat wisata religi ke makam sunan Giri pada penelitian ini dilakukan dengan cara melihat frekuensi penziarah datang ke makam sunan Giri selama satu tahun. Semakin tinggi minat penziarah untuk berziarah ke makam suna Giri maka semakin sering para penziarah berkunjung ke makam sunan Giri.

**Tabel 6**  
**Frekuensi Kunjungan per Tahun**

Frekuensi Kunjungan	Jumlah Penziarah	%
1-2 kali / tahun	2 orang	4,5
3-4 kali / tahun	17 orang	38,6
5-6 kali / tahun	10 orang	22,7
7-8 kali / tahun	7 orang	15,9
>8 kali / tahun	8 orang	18,2

*Sumber: Data primer, diolah 2017*

Berdasarkan Tabel 6 sebanyak 38,6% responden berziarah ke makam sunan Giri sebanyak 3-4 kali per tahun. 22,7% responden berziarah sebanyak 5-6 kali pertahun. 18,2 % responden berziarah lebih dari 8 kali pertahun. 15,9 % responden berziarah sebanyak 7-8 kali per tahun serta 4,5 % responden berziarah 1-2 kali pertahun. Dari Tabel 6 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berziarah sebanyak 3-4 kali per tahun. Seringnya para responden berziarah dikarenakan sebagian besar responden berasal dari dalam kota Gresik, Surabaya, dan Sidorajo dan sekitarnya sehingga tidak memerlukan waktu yang lama bagi penziarah untuk berziarah ke makam sunan Giri.

### Tingkat Pendidikan, Pekerjaan dan Penghasilan Penziarah

Penziarah makam sunan Giri merupakan penziarah dari berbagai macam tingkat pendidikan, dari tingkat pendidikan terendah hingga pendidikan tinggi. Saat berziarah dan membaca do'a dimakam sunan Giri semua penziarah melebur menjadi satu. berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa 43% penziarah sunan Giri memiliki tingkat pendidikan antara D3 - S; 40,9% memiliki tingkat pendidikan SMA/MA/Sederajat; 9,1% memiliki tingkat pendidikan diatas S1 baik itu tingkat pendidikan S2 bahkan S3; 4,5% memiliki tingkat pendidikan SMP/MTS/Sederajat serta 2,3% memiliki tingkat pendidikan SD/MI/Sederajat.

**Tabel 7**  
**Tingkat Pendidikan**

Pendidikan	Jumlah	%
SD/MI/Sederajat	1	2,3
SMP/MTS/Sederajat	2	4,5
SMA/MA/Sederajat	18	40,9
D3-S1	19	43,2
>S1	4	9,1

Sumber: data primer, diolah 2017

Bukan hanya dari segi tingkat pendidikan. Penziarah sunan Giri juga berasal dari berbagai golongan ekonomi masyarakat yang dapat dilihat dari besarnya penghasilan penziarah makam sunan Giri. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 8.

**Tabel 8**  
**Tingkat pendapatan**

Tingkat Penghasilan	Jumlah	%
<Rp 1.000.000	9	20,5
Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000	9	20,5
Rp 2.500.000 - Rp 4.000.000	17	38,6
Rp 4.000.000 - Rp 5.500.000	6	13,6
>Rp 5.500.000	3	6,8

Sumber: data primer, diolah 2017

Berdasarkan Tabel 8 sebanyak 38,6% penziarah memiliki pendapatan antara Rp 2.500.000-Rp 4.000.000; masing-masing sebesar 20,5% penziarah memiliki pendapatan < Rp 1.000.000 dan antara Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000; 13,6% penziarah memiliki pendapatan antara Rp 4.000.000-Rp 5.500.000 serta 6,8% memiliki pendapatan > Rp 5.500.000

Selain itu, penziarah makam sunan Giri juga terdiri dari berbagai macam profesi. Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 9

**Tabel 9**  
**Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	%
Ibu RT/Pensiunan	5	11,4
Wiraswasta	12	27,3
Swasta	19	43,2
PNS	8	18,2

Sumber: data primer, diolah 2017

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui bahwa 43% penziarah merupakan pegawai swasta; 27,3% merupakan wiraswasta; 8% merupakan pegawai negeri sipil dan 11,4% merupakan Ibu rumah tangga atau pensiunan.

### Tingkat Religuitas Penziarah Makam Sunan Giri

Blackwell (2009) kegiatan berziarah merupakan suatu perjalanan yang didasarkan atas tingkat religuitas seseorang. Perjalanan ziarah terdiri dari dua elemen yaitu perjalanan ziarah ke tempat suci dan perjalanan ziarah yang ditujukan untuk merasakan suatu tingkat spiritual (Blackwell, 2009). Blackwell (2009) motivasi seseorang dalam melakukan ziarah adalah tingkat religuitas pada diri masing-masing penziarah (2009). Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui tingkat religuitas para penziarah.

Berdasarkan Tabel 10 dapat diketahui bahwa responden menjawab setuju dengan pernyataan yang diberikan untuk mengukur tingkat religuitas sebesar 59,1%; 36,4% respondeng menjawab sangat setuju dengan

penyataan dan 4,5% menjawab biasa aja atas pertanyaan yang diberikan.

**Tabel 10**  
**Rata - Rata Scor Religuitas**

Skor	Jumlah	%
Biasa saja	2	4,5
Setuju	26	59,1
Sangat setuju	16	36,4

Sumber: data primer, diolah 2017

Pada penelitian ini menggunakan empat dimensi dalam mengukur tingkat religuitas yaitu:

- Basic religiousity.* Dimensi ini diukur dengan indikator seperti responden yakin adanya Allah SWT, dalam hal ini sebanyak 75% sangat setuju, 23,7% setuju dan 2.3% biasa saja; responden yakin dengan kesucian Al-Qur'an dalam hal ini 75% sangat setuju, 22.7% setuju dan 2.3% biasa saja; responden yakin bahwa Allah SWT menciptakan makhluk lain selain manusia, dalam hal ini 68.2% sangat setuju, 27.3% setuju dan 4.5% biasa saja.
- Central duties.* Dimensi ini diukur dengan indikator seperti ketaatan dalam melakukan kewajiban sebagai seorang muslim seperti melaksanakan sholat lima waktu, dalam hal ini 63.6% responden sangat setuju, 27.3% setuju dan 6.8% biasa saja; melaksanakan puasa di bulan Ramadha, dalam hal ini 70.5% sangat setuju, 27.3% setuju dan 2.3% biasa saja; responden menginginkan untuk berhaji. Dalam hal ini sebanyak 68.2% responden sangat setuju; 25% responden setuju dan 4.5% biasa saja serta 2.3% tidak setuju; mengikuti tata cara makan sesuai dengan ketentuan sebanyak 45.5% sangat setuju, 40.9% setuju dan 13.6% biasa saja.
- Religious experience.* Dimensi ini diukur dengan indikator seperti selalu merasa dekat dengan Allah SWT, dalam hal ini 54.5% sangat setuju, 38.6% setuju, 4.5% biasa saja dan 2.3% tidak setuju; merasa Allah SWT selalu memberikan petunjuk,

dalam hal ini 52.3% sangat setuju, 36.4% setuju, 9.1% biasa saja dan 2.3% tidak setuju; Allah SWT akan membalas atas setiap tindakan kita, dalam hal ini 45.5% sangat setuju, 40.9% setuju dan 13.6% biasa saja.

- Religious knowledge.* Dimensi ini diukur dengan indikator seperti mengerti agama Islam secara keseluruhan sebesar 29.5% sangat setuju, 27.3% setuju, 38.6% biasa saja dan 4.5% tidak setuju; mengerti akan isi Al-Qur'an secara keseluruhan, dalam hal ini 29.5% sangat setuju, 27.3% setuju, 34.1% biasa saja, 6.8% tidak setuju dan 2.3% sangat tidak setuju; Nabi Muhammad merupakan panutan hidup, dimana 61.4% sangat setuju, 29.5% setuju, 6.8% biasa saja, dan 2.3% tidak setuju.
- Orthopaxis.* Dimensi ini diukur dengan indikator seperti tidak bersentuhan (bersalaman) dengan yang bukan muhrim, dalam hal ini 22.7% sangat setuju, 31.8% setuju, 29.5% biasa saja dan 11.4% tidak setuju; lebih senang mendengarkan Sholawat dan orang mengaji dari pada mendengarkan music yang lain, dalam hal ini 27.3% sangat setuju, 31.8% setuju, 29.5% biasa saja dan 11.4% tidak setuju; hanya memakan makanan yang halal, dalam hal ini 63.6% sangat setuju, 27.5% setuju, 6.8% biasa saja dan 2.3% tidak setuju.

## Analisis Data

### Uji Validitas dan Reabilitas

Guna mengukur ketepatan dan kecermatan dalam mengukur tingkat religuitas maka digunakan uji validitas. Berdasarkan uji validitas masing-masing pertanyaan yang digunakan untuk mengukur validitas memiliki *corrected item* > 0,2 sehingga dapat dikatakan bahwa masing-masing pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur tingkat ketepatan dan kecermatan tingkat religuitas.

**Table 11**  
**Uji validitas**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a	64,5524	42,711	,313	,625	,843
c	64,5810	42,227	,382	,692	,841
d	64,6000	41,800	,424	,512	,839
e	64,8000	40,065	,517	,606	,834
f	64,6952	41,156	,473	,634	,837
g	64,7619	40,741	,347	,255	,842
h	65,1619	38,925	,546	,404	,832
i	64,8190	39,707	,562	,554	,832
j	64,8952	39,441	,545	,676	,832
k	64,9238	40,225	,434	,490	,838
m	65,4952	38,195	,536	,648	,832
n	65,4762	36,060	,656	,652	,823
o	64,7810	40,288	,476	,494	,836
p	65,9619	35,902	,456	,439	,845
q	65,3714	37,966	,518	,504	,833
r	64,8381	40,483	,399	,415	,839

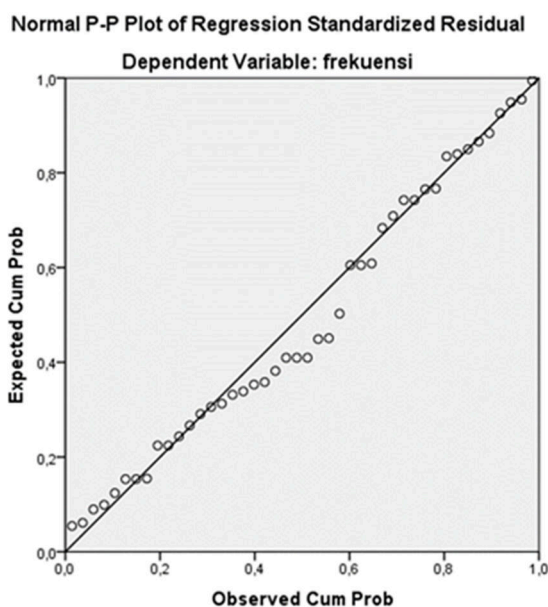
Sumber: data primer, diolah 2017

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban para responden. Berdasarkan uji reabilitas, pertanyaan yang digunakan mempunyai *conbach's alpha* sebesar 0,845 sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan tersebut *relibel* dalam mengukur tingkat religuitas. Pada uji validitas dapat dilihat dari Tabel 11.

### Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui varian dalam model tersebut mempunyai persebaran yang sama atau berpencar. Guna mengetahui tingkat normalitas dapat dilihat melalui grafik diagram pencar.

Berdasarkan Gambar 2 dapat diketahui bahwa pada grafik normal plot terlihat titik titik menyebar dekat dengan garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai untuk memenuhi uji asumsi normalitas.



**Gambar 2**

*Normal P-P Plot of Regresion Standardized Residual*

Sumber: data primer, diolah 2017

### Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah terdapat suatu hubungan yang linier diantara variabel independen. Hal ini dapat

dilihat dari VIF. Jika nilai VIF pada masing-masing variabel independen  $> 10$  maka dapat diperkirakan terdapat multikolinearitas. Berdasarkan persamaan ini besarnya VIF pada variabel pendidikan sebesar 1,126; pekerjaan sebesar 1,277; pada variabel lnpenghasilan 1,151 dan religuitas sebesar 1,008 sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan ini terbebas dari multikolinearitas. Besarnya multikolinearitas dapat dilihat pada table 12.

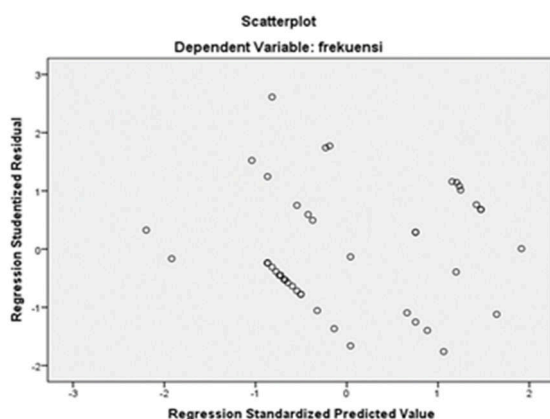
**Table 12**  
**Nilai Multikolinearitas**

	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
pendidikan	,888	1,126
pekerjaan	,783	1,277
lnpenghasilan	,869	1,151
religuitas	,992	1,008

*Data primer. Diolah 2017*

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah variansi dalam model memiliki persebaran yang sama atau pencar. Hal ini dapat dilihat dari grafik *scatterplot*.



**Gambar 3**  
**Scatterplot**

*Sumber: Data primer. Diolah 2017*

Berdasarkan Gambar 3 dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak baik

dibawah atau diatas angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan ini terbebas dari heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat korelasi antar *residual* pada periode tersebut dan periode sebelumnya. Pada penelitian ini uji autokorelasi dilakukan dengan uji *durbin Watson*. Nilai DW pada penelitian ini 1,489. Batas atas du 1,7200 dan batas bawah DL 1,3263 maka dapat dikatakan bahwa persamaan ini tidak terdapat autokorelasi.

### Uji Signifikansi

#### Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat apakah persamaan regresi mampu menjelaskan secara signifikan dari variabel dependen yang digunakan. Pada persamaan regresi ini mempunyai  $F_{hitung}$  sebesar 22,584 dengan tingkat signifikansi 0,000. Penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% sehingga  $\alpha = 5\%$ . Karena tingkat signifikansi  $< 5\%$  maka dapat dikatakan persamaan regresi yang dikembangkan mampu menjelaskan secara signifikan atas variabel dependen yang digunakan.

#### Uji t

Uji t dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat besarnya probabilitas *t value*. Penelitian ini menggunakan  $\alpha = 5\%$  sehingga jika variabel independen yang digunakan memiliki tingkat signifikansi  $< 5\%$  maka variabel independen tersebut dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Pada penelitian ini variabel pendidikan memiliki  $t_{hitung}$  -0,683 dengan tingkat signifikansi 0,498 sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat pendidikan tidak mempengaruhi minat kunjungan ke makam sunan Giri. Variabel pekerjaan memiliki  $t_{hitung}$  -2,080 dengan tingkat signifikansi 0,044 sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat pekerjaan dapat dikatakan bahwa tingkat pekerjaan memiliki pengaruh terhadap minat berkun-

jung ke makam sunan Giri. Penghasilan memiliki  $t_{hitung}$  2,285 dengan tingkat signifikansi 0,028 sehingga dapat dikatakan bahwa penghasilan memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung ke makam sunan Giri. Religuitas memiliki  $t_{hitung}$  9,037 dengan tingkat signifikansi 0,000 sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat religuitas memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung ke makam sunan Giri.

### Analisis Model Penelitian

Dalam penelitian ini untuk mengetahui keterkaitan antara minat berkunjung ke makam sunan Giri dengan tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan dan tingkat religuitas digunakan analisis regresi linier berganda. Persamaan yang digunakan yaitu Frekuensi = -3,686 - 0,095 PDK - 0,277 PKR + 0,226PENG + 1,733 REG (4.1)

Se = (0,974) (0,139) (0,133) (0,099) (0,192)

$t_{hitung}$  = (-3,786) (-0,683) (-2,080) (2,285) (9,037)

$R^2$  = 0,698;  $R^2$  penyesuaian = 0,668

F  $t_{hitung}$  = 22,584; DW = 1,489

Pada model 4.1 besarnya  $R^2$  penyesuaian sebesar 0,668 atau 66,8%. Hal ini berarti model persamaan 4.1 mampu menjelaskan sebesar 66,8% dari perubahan variabel dependen. Pada model 4.1 juga diketahui bahwa semakin sedikit waktu libur yang dimiliki oleh penziarah maka semakin kecil minat berkunjung ke makam sunan Giri. Pada saat penziarah mengalami peningkatan penghasilan maka semakin meningkat minat penziarah dalam berkunjung ke makam sunan Giri. Semakin tinggi tingkat religi para penziarah maka semakin tinggi minat penziarah dalam berkunjung (berziarah) ke makam sunan Giri.

### Interpretasi Hasil Penelitian

#### Tingkat Pendidikan dan Minat Berkunjung ke Makam Sunan Giri

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tingkat pendidikan tidak memiliki pengaruh terhadap minat berkunjung ke makam sunan Giri. Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oetarjo

(2012), Djijono (2002) dan Huda (2008). Pendidikan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung ke makam sunan Giri dikarenakan motif utama para penziarah untuk berziarah adalah untuk berdo'a, membuat hati lebih tenang dan nyaman, dan menumbuhkan perasaan untuk selalu dekat dengan Allah SWT. Perasaan seperti itu dimiliki oleh semua orang dan tidak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan secara formal maupun informal. Pengetahuan atau pemahaman mengenai ilmu agama akan mendorong seseorang untuk lebih dekat dengan Allah SWT, hal ini akan mendorong seseorang untuk lebih sering berkunjung ke makam sunan Giri. Apapun tingkat pendidikan para penziarah ketika hatinya merasa ingin pergi berziarah maka akan pergi berziarah. Jadi pilihan berkunjung ke makam sunan Giri bukan merupakan pilihan untuk berwisata melepas penat dan stres namun merupakan suatu perjalanan untuk mendapatkan pengalaman spiritualitas.

#### Tingkat Pendapatan dan Minat Berkunjung ke Makam Sunan Giri

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hutasiroit dan Sari (2015), Huda (2008), Oetarjo (2012), Blackwell (2009). Semakin tinggi tingkat pendapatan maka semakin sering para penziarah datang berziarah ke makam sunan Giri. Perjalanan ke makam sunan Giri memerlukan biaya akomodasi dan transportasi sehingga ketika pendapatan semakin besar maka semakin sering para penziarah untuk berziarah ke makam sunan Giri. Pendapatan yang dimiliki penziarah selain digunakan untuk membiayai perjalanan juga digunakan untuk membiayai keperluan para penziarah selama berziarah ke makam sunan Giri.

Walaupun 65% penziarah berasal dari kabupaten Gresik namun para penziarah tetap memerlukan biaya transportasi untuk sampai ke makam sunan Giri, memerlukan biaya untuk pembayaran parkir, memerlukan biaya untuk memberikan sodaqoh kepada para pengemis yang berada di sepanjang

jalan menuju makam sunan Giri dan memberikan sodaqoh pada kotak sodaqoh yang ada di sekitar makam sunan Giri. Dan terkadang para penziarah juga membeli makanan khas yang di jual di tempat oleh-oleh wisata religi sunan Giri yaitu “ketek” sejenis lupis namum berbentuk seperti ketupat yang memang hanya di jual di tempat pembelian oleh-oleh wisata religi makam sunan Giri.

Bagi 45% penziarah yang berasal dari luar kabupaten Gresik jelas membutuhkan lebih banyak dana untuk membiayai akomodasi dan transportasi dan berbagai keperluan selama melakukan ziarah. Bagi penziarah yang bersal dari luar kabupaten Gresik dan datang secara rombongan untuk sampai ke makam sunan Giri para penziarah menggunakan dokar atau ojek meningat jarak antara tempat parkir bis para penziarah ke tempat makam cukup jauh. Para penziarah yang datang dari luar kabupaten Gresik setelah berziarah sebelum pulang maupun melanjutkan perjalanan selanjutnya biasanya akan membeli makanan atau oleh-oleh baju sebagai buah tangan, membayar penggunaan Toilet, dan lain-lain. Semua itu dipengaruhi oleh tingkat pendapatan penziarah. Sehingga tingkat pendapatan sangat mempengaruhi minat berkunjung ke makam sunan Giri.

#### **Pekerjaan dan Minat Berkunjung ke Makam Sunan Giri**

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Huda (2008), namun dalam penelitian ini diketahui bahwa pekerjaan memiliki keterkaitan yang berlainan arah dengan minat berkunjung ke makam sunan Giri. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin sedikit suatu pekerjaan memiliki waktu libur maka semakin jarang penziarah berkunjung ke makam sunan Giri. Berdasarkan Tabel 9 sebanyak 43,2 % penziarah memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta. Pegawai swasta biasanya mendapatkan hari libur hanya pada hari minggu saja. Sehingga para pekerja memilih untuk beristirahat di rumah, namun saat

responden merasa ingin datang ke makam sunan Giri dan memiliki waktu luang untuk berziarah, maka responden akan pergi ke makam sunan Giri untuk berziarah.

**Tabel 13**  
**Waktu Berkunjung**

Waktu Khusus	Jumlah	%
Tidak	33	75
Iya	11	25

*Sumber: data primer, diolah 2017*

Berdasarkan Tabel 13 diketahui bahwa 75 % responden tidak memiliki waktu khusus untuk berkunjung. Saat ada keinginan untuk berkunjung dan ditunjang dengan kesempatan untuk berkunjung maka responden akan pergi berkunjung. Sebanyak 25% responden memiliki waktu khusus untuk berkunjung ke makam sunan Giri. Waktu khusus untuk berkunjung adalah saat bulan Rajab, bulan Syuroh, menjelang Ramadhan, malam ke 25 bulan Ramadhan, saat peringatan hari kelahiran sunan Giri (haul sunan Giri), dan saat-saat memiliki hajat tertentu. Bulan Rajab, Syuroh, Ramadhan adalah bulan-bulan yang dianggap baik bagi masyarakat pada umumnya sehingga berziarah ke makam sunan Giri dan berdo'a disana memberikan keyakinan bahwa doa'a yang dipanjatkan akan lebih cepat terkabul dan mendapatkan barokahnya para Wali Allah SWT.

#### **Tingkat Religuitas dan Minat Berkunjung ke Makam Sunan Giri**

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Poria, *et al* (2003) dan Blackwell (2009). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin religius seseorang (penziarah) maka semakin tinggi minat berkunjung ke makam sunan Giri. Budaya berziarah adalah budaya umat muslim yang sudah ada sejak dahulu kala.

Penziarah datang ke makam sunan Giri bukan hanya datang ke tempat suci karena merupakan bagian dari budaya Islam saja namun ada tujuan yang akan dilakukan



pada tempat suci tersebut. Ada berbagai macam tujuan penziarah datang ke makam sunan Giri. Hal ini dapat dilihat dalam Tabel 14.

**Tabel 14**  
**Alasan Datang ke Makam Sunan Giri**

Alasan	Jumlah	%
Untuk berdoa	17	38.6
Untuk berdoa dan mempelajari sejarah sunan Giri	9	20.5
Untuk berdoa, mempelajari sejarah dan mengetahui atas masyarakat setempat	15	34.1
Alasan lain	3	6.8

Sumber: data primer, diolah 2017

Berdasarkan Tabel 14 sebesar 38,6% penziarah datang ke makam sunan Giri untuk berdo'a. Terdapat serangkaian do'a yang dipanjatkan saat berkunjung ke makam sunan Giri. Responden yang hanya berdoa saat berkunjung ke makam sunan Giri dan ingin mendapatkan suatu pengalaman spirituitas setelah berkunjung maka penziarah dapat dikatakan melakukan ziarah agama. Ziarah agama dimana penziarah hanya fokus pada kesucian dan ibadah yang dilakukan dan ditujukan kepada Allah SWT guna mendapatkan pengalaman spiritual (Ebadi, 2015). 34,1% penziarah datang selain untuk berdo'a, mempelajari sejarah dan adat istiadat masyarakat setempat dan 20.5% penziarah yang datang untuk berdoa dan mempelajari sejarah sunan Giri dapat diklasifikasikan menjadi *secular pilgrimage*. *Secular pilgrimage*, diklasifikasikan oleh para sarjana sebagai *religious tourism* (Ebadi, 2009) dimana para penziarah datang ke tempat suci dan termotivasi datang ketempat tersebut dikarenakan tingkat religuitas dan dikombinasikan oleh motivasi yang lain hal ini disebut dengan *quasi spiritual motivation* (Ebadi, 2009).

Penziarah yang memiliki tingkat religuitas yang tinggi dan fokus pada pelaksanaan

ritual keagamaan saat berkunjung ke makam sunan Giri akan semakin sering berkunjung ke makam sunan Giri. Hal ini dikarenakan para penziarah setelah berkunjung selalu mendapatkan pengalaman sipiritual yang dapat membuat diri lebih tentram, nyaman dan tenang.

**Tabel 15**  
**Pengalaman yang Dirasakan**

Pengalaman	Jumlah	%
Merasakan pengalaman spiritual	17	38.6
Merasa biasa saja	27	61.4

Sumber: data primer, diolah 2017

Berdasarkan Tabel 15 dapat diketahui sebanyak 61,4% penziarah merasakan pengalaman spiritual setelah berkunjung ke makam suna Giri dan 38,6% penziarah tidak merasakan adanya pengalaman spiritual setelah mengunjungi atau berziarah ke makam sunan Giri.

Pengalaman spiritual yang didapatkan berupa persaan yang nyaman dan tentram, perasaan semakin dekat dengan Allah SWT, dan merasa do'a-do'a yang dipanjatkan akan lebih mudah dikabulkan. Dengan berdoa di makam sunan Giri para penziarah mengharapkan dibantu oleh sunan Giri dalam menyampaikan doanya kepada Allah SWT. Hal ini dikarenakan para penziarah percaya bahwa sunan Giri merupakan salah satau Wali Allah, manusia yang dekat dengan Allah SWT. Beberapa responden menyatakan bahwa dengan datang berkunjung ke makam sunan Giri mengingatkan untuk selalu dekat dengan Allah karena pada masanya setiap manusia akan meninggalkan dunia ini, jadi semacam pengingat bagi penziarah akan kefanaan kehidupan dunia. Pengalaman spiritual yang didapatkan membuat penziarah selalu ingin kembali dan kembali berkunjung ke makam sunan Giri.

## Kesimpulan

Pada wisata religi hal yang mendasar yang mempengaruhi minat wisata adalah tingkat religuitas yang dimiliki oleh seseorang. Semakin tingkat religi seseorang maka semakin tinggi akan minat wisata religi. Hal yang berkaitan dengan kehidupan dunia seperti pendapatan, pendidikan, dan jenis pekerjaan tidak mempengaruhi minat wisata religi. Hal ini dikarenakan wisata religi sunan Giri merupakan jenis wisata yang cukup terjangkau dan dorongan untuk mendapatkan ketenangan hati dan jiwa saat berdoa di makam sunan Giri membuat seseorang selalu berusaha untuk dapat terus berkunjung kembali. Pada minat wisata religi sunan Giri, faktor nilai dan budaya yang dianut seseorang memberikan efek yang cukup besar. Seseorang yang memegang teguh nilai budaya dan agama yang sangat kuat biasanya akan melakukan wisata ini.

## Daftar Pustaka

- Armoni, N.L.E. 2011. Pengaruh Pendapatan Per Kapita, Nilai Tukar, dan Keamanan Terhadap Jumlah Kunjungan Wisatawan Korea Selatan Ke Bali. *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata* 2(1).
- Blackwell, R. 2009. Motivation for Pilgrimage Using Theory to Explore Motivation. <http://ojs.abu.Fi/Index.php/scripta/article/view/348>. 31 Januari 2017. Pukul 20.50 WIB
- Cooper, C. 2005. *Tourism Principles and Practise*. Third Edition. Pitman Publishing. London.
- Dijiono. 2002. Valuasi Ekonomi Menggunakan Metode Travel Cost Taman Wisata Hutan di Taman Wan Abdul Rachman Provinsi Lampung. Makalah Pengantar Falsafah Sains. Program Pasca Sarjana /S3 Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Ebadi, M. 2015. Forms of Pilgrimage at the Shrine of Khaled Nabi Northeastern Iran. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage* 3(1).
- Ghozali, I. 2009. *Ekonomterika Teori Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS 17*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gitapati, D. 2012. Analisis Kunjungan Wisatawan Objek Wisata Nglimut Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. *Skripsi*. Program Studi Ilmu Ekonomi dan Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang
- Hidayat, W. 2011. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kunjungan Wisata di Taman Nasional Way Kambas Provinsi Lampung. *Tesis*. Program Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Huda, N. 2008. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Masyarakat Kota Makasar Terhadap Obyek Wisata Di Sulawesi Selatan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hassanudin. Makasar. <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/3668>. 12 Februari 2017. Pukul 20.57 WIB
- Hutasoit, A.B.R, dan R.L. Sari. 2015. Analisis Permintaan Wisatawan Mancanegara Berwisata Di Tuktuk Siadong Kabupaten Samosir. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 2.
- Kotler, P dan G. Armstrong. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. PT Indeks. Jakarta.
- Menouar, Y.E. 2014. The Five Dimension of Muslim Religiosity Result of an Empirical Study. *Methods, data, analysis* 8(1).
- Nazir, M. 2013. *Metode Penelitian*. Gahlia Indonesia. Bogor.
- Nugraha, A.E. 2015. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pengunjung Obyek Wisata Menara Kudus Melalui Pendekatan Hedonic Pricing Method. *Skripsi*. Program Studi Ilmu Ekonomi dan Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.
- Oetarjo, M. 2012. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Berkinjung Ke Wisata Bahari Lamongan. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Sidoarjo.

- Pendit, I.N. S. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Pradnya Paramita. Jakarta.
- Poria, Y., R. Butler dan D. Airey. 2003. Tourism, Religion and Religiosity: A Holy Mess. *Current Issue in Tourism* 6(4).
- Rosyidi, S. 2014. *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Edisi Revisi. PT Raja Grafindo. Jakarta.
- Sharply, R dan P. Sudarman. 2005. Tourism a sacred Journey? The Case of Ashram Tourism India. *International Journal of Tourism Research* 7.
- Stoddard, R. H. 1996. Defining and Classifying Pilgrimages. *Geography Faculty Publication*. 2.
- Strak, R. 1965. A Taxonomy of Religious Experience. *Journal for Scientific Study of Religion* 5.
- Sukirno, S. 2013. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. PT Raja Grafindo. Jakarta.
- Tahajuddin, E.S. 2011. Pengembangan Obyek Wisata Wonderia Di Kota Semarang. *Skripsi*. Program Studi Ilmu Ekonomi dan Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro. Semarang.