PERSEPSI WISATAWAN DOMESTIK TERHADAP DESA WISATA RELIGI BUBOHU BONGO KABUPATEN GORONTALO

JURNAL

BOBY H. TALIB
NIM. E03420006

PROGRAM S1 PARIWISATA
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GORONTALO
GORONTALO
2022



TULIP: Tulisan Ilmiah Pariwisata
E-ISSN: 2720-9873
Available Online at https://journal.umgo.ac.id/index.php/Tulip/index
Vol. 5, No. 2 Desember 2022
DOI: http://dx.doi.org/10.31314/tulip.4.2.51-64.2021

Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Desa Wisata Religi Bubohu Bongo Kabupaten Gorontalo

Boby H. Talib, Anggraeni M.S Lagalo, Desrika Talib.
Program Studi Pariwisata, Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Indonesia
Email; bobyhthalib@gmail.com, anggraenims@umgo.ac.id, desrikatalib@umgo.ac.id

Info Artikel

Abstract:
This research aims to determine Tourist Perceptions of the Bubohu Bongo Religious Tourism Village, Gorontalo Regency. The method used is a quantitative study with a cross sectional approach. The sampling technique used was accidental sampling with a sample of 30 respondents. Data collection uses a questionnaire sheet. From the results of statistical tests using the Chi Square test, it was obtained a P-value of 0.003 where <0.05 was a significant level, so that Ha was accepted and H0 was rejected and it can be concluded that there is a relationship between tourist perceptions of the tourist attraction of the Bubohu Bongo Religious Tourism Village.

Keywords: Tourist Perception, Religious Tourism Village, Tourist Attraction

Abstrak:
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Wisatawan Terhadap Desa Wisata Religi Bubohu Bongo Kabupaten Gorontalo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* dengan jumlah sampel 30 responden. Pengumpulan data menggunakan lembar kuisioner. Dari hasil uji statistik menggunakan uji *Chi Square* diperoleh nilai P-value 0,003 dimana < 0,05 sebagai taraf signifikan, sehingga Ha diterima dan H0 di tolak dan dapat disimpulkan terdapat hubungan antara persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata Desa Wisata Religi Bubohu Bongo.

Kata Kunci : Persepsi Wisatawan, Desa Wisata Religi, Daya Tarik Wisata

PENDAHULUAN

Beragamnya kearifan budaya lokal di Indonesia meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara yang kemudian memberikan dampak positif terhadap perekonomian Indonesia. Meningkatnya kunjugan wisatawan mancanegara terlihat dari data Kementrian Pariwisata, mencatat pada tahun 2014 jumlah wisatawan mancanegara sebanyak 9,4 juta. Pada tahun 2015 tercatat 10,4 juta, kemudian pada tahun 2016 11,5 juta. Pada tahun 2017 terjadi kenaikan yang signifikan menjadi 14,03 juta dan naik lagi pada tahun 2018 tercatat sebanyak 15,8 juta. Jumlah kunjungan terus naik tercatat pada tahun 2019 kunjungan tamu mancanegara sebanyak 1.158.162 juta.

Kehidupan masyarakat Indonesia dengan berbagai macam agama menjadikan Indonesia memiliki beberapa daerah yang terdapat wisata religi. Salah satunya wisata religi yang terletak di Provinsi Gorontalo biasa dikenal dengan Desa Wisata Religi Bongo. Bongo merupakan sebuah desa yang terletak

di Provisi Gorontalo tepatnya di Kecamatan Batudaa Pantai Kabupaten Gorontalo. Desa Bongo dulunya bernama Desa Bubohu yang kemudian diganti oleh pemerintah dan di tetapkan sebagai Desa Wisata Religi.

Konsep keagamaan yang dilaksanakan untuk menumbuhkan religius masyarakat, budaya yang diangkat adalah walima sebagai ikon yang sudah turun-temurun dan sukarela dilaksanakan oleh masyarakat Desa Bongo.

Desa Bongo mejadi salah satu destinasi yang menjadi sasaran karena dikenal dengan tradisi tua dalam bentuk upacara walima yang dilaksanakan setiap Maulid Nabi Muhammad SAW. Mengiringi tradisi tersebut, seluruh masyarakat mengarak kue kolombengi yang diletakan dalam sebuah wadah disebut TOYOPO yang merupakan ciri khas dari kegiatan tersebut ke-masjid dan dibagi kepada yang hadir. Pengunjung dapat dengan mudah menemukan replika kue tersebut yang menjadi hiasan dan ciri khas desa.

Sektor pariwisata tidak lepas dari bagaimana persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata tersebut. Persepsi secara umum digunakan sebagai istilah dalam ilmu psikologi. Asrori (2009) menjelaskan persepsi sebagai proses individu dalam menginterpretasikan, mengorganisasikan, dan memberi makna terhadap stimulus yang berasal dari lingkungan di mana individu itu berada yang merupakan hasil dari proses belajar dan pengalaman. Dalam hal ini, persepsi dipengaruhi oleh dua hal pokok, yaitu interpretasi dan pengorganisasian informasi yang diserap oleh manusia. Slameto (2014) mengungkapkan jika melalui persepsilah manusia terus-menerus berkaitan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan melalui indera penglihatan, pendengar, peraba, perasa, dan pencium.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi. Toha (2003) dalam Sitasari (2017) menyatakan bahwa persepsi dipengaruhi oleh: 1) faktor interal individu berupa perasaan, sikap, kepribadian, keinginan, prasangka, harapan, perhatian, proses belajar, keadaan fisik, gangguan kejiwaan, nilai, kebutuhan, minat, motivasi; dan 2) faktor eksternal, berupa latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, pengulangan gerak, hal-hal baru dan ketidakasingan terhadap objek. Adapun Krech (dalam Bintang, 2020), menjelaskan bahwa terdapat 2 sisi dalam melakukan persepsi. Kedua sisi (frame) tersebut adalah: 1) *Frame of reference,* yaitu kerangka pengetahuan yang dimiliki yang dipengaruhi oleh bacaan, pengetahuan, pendidikan, penelitian, dan sejenisnya; dan 2) f*rame of experience,* yaitu pengalaman yang telah dialami individu dan tidak terlepas dari keadaan lingkungan sekitarnya.

Salah satu pengelola wisata religi dalam hal ini Pesantren Alam Bubohu menyatakan bahwa pada awal didirikan tempat tersebut banyak para pengunjung yang berkunjung ke tempat ini bahkan pengunjung yang datang dari domestik maupun mancanegara. Kunjungan wisatawan akan melonjak pada akhir pekan terutama pada saat tradisi budaya dalam memperingati hari kelahiran Nabi Muhammad Salallahu A'ilaihi Wasallam yang biasa di kenal dengan walima.

Tradisi dan ritual yang dimiliki oleh setiap daerah tentunya mengandung makna, nilai dan unsur-unsur *indigenous* di dalamnya. Oleh karena itu, keberadaan Desa Wisata Religi Bubohu Bongo dengan berbagai tradisi budaya yang telah lama berkembang cukup menarik untuk teliti lebih dalam.

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional*. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok dengan pendekatan *cross sectional*

Data dalam penelitian ini akan dianalisis menggunakan Analisa univariat yang dilakukan terhadap tiap-tiap variabel dari hasil penelitian yang hanya menghasilkan distribusi dan persentase dari tiap variabel, Analisis bivariat terdiri atas metode-metode statistik inferensial yang digunakan untuk menganalisis data dua variabel penelitian yang bertujuan untuk mendiskripsikan distribusi data, melihat perbedaan dan mengukur

hubungan antara dua variabel yang diteliti. Penelitian ini menggunakan lembar kuisioner dengan menggunakan skala likert.

Hasil pengelolaan data didapatkan dengan menggunakan aplikasi SPSS dengan jumlah responden sebanyak 30 wisatawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bagian ini menjelaskan secara deskriptif mengenai data responden serta pengaruh karakteristik responden terhadap persepsi wisatwan mengenai suatu kawasan wisata. Data ini akan disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi sebagai berikut :

1. Distribusi Responden Berdasarkan Usia Wisatawan

Tabel 3. Distribusi karakteristik responden berdasarkan usia

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	lebih dari sama dengan 19 tahun	28	93.3	93.3	93.3
	kurang dari 19 tahun	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Usia (Tahun)	**(n)**	**(%)**
< 19	2	6.7
≥ 19	28	93.3
Total	**30**	**100**

Sumber : Olahan data primer (2022)

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukan bahwa dari 30 orang responden diketahui bahwa sebanyak 2 (6.7%) responden yang berusia dibawah 19 tahun dan sebanyak 28 (93.3%) orang responden yang berusia lebih dari 19 tahun.

2. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Wisatawan

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	1	3.3	3.3	3.3
	SMA	16	53.3	53.3	56.7
	DIPLOMA/SARJANA	13	43.3	43.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Tabel 4. Distribusi karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan	(n)	(%)
SMP	1	3.3
SMA	16	53.3
Diploma/Sarjana	13	43.3
Total	**30**	**100**

Sumber : Olahan data primer (2022)

Berdasarkan tabel 4 diatas menunjukan bahwa dari 30 orang responden diketahui bahwa 1 (3.3%) responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMP, sebanyak 16 (53.3%) responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA dan sebanyak 13 (43.3%) responden dengan tingkat pendidikan terakhir Diploma/Sarjana..

3. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Wisatawan

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bekerja	24	80.0	80.0	80.0
	tdk bekerja	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Tabel 5. Distribusi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	(n)	(%)
Bekerja	24	80
Tdk bekerja	6	20
Total	**30**	**100**

Sumber : Olahan data primer (2022)

Berdasarkan tabel 5 diatas menunjukan bahwa dari 30 orang responden diketahui bahwa sebanyak 24 (80%) responden bekerja baik di instansi pemerintah maupun sebagai karyawan swasta dan sebanyak 6 (20%) responden tidak bekerja dalam hal ini berprofesi sebagai ibu rumah tangga dan sebagian masih pelajar.

Persepsi wisatawan merupakan suatu penilaian pengunjung terhadap kualitas dari suatu tempat wisata baik dari segi pelayanan, atraksi, fasilitas maupun aksesibilitas. Dari kuesioner yang dibagiakan peneliti terhadap 30 wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Religi Bubohu Bongo mengenai persepsi wisatawan diperoleh hasil bahwa sebagian besar pengunjung memiliki persepsi yang sangat baik.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan skala *likert* mengenai persepsi wisatawan menunjukan dari 30 orang responden diketahui sebanyak 24 (80%) responden memiliki persepsi yang sangat baik dan sebanyak 6 (20%) responden memiliki persepsi yang baik. adapun komponen yang dijadikan sebagai parameter persepsi yang terdapat dalam kuisioner yaitu atraksi yang suguhkan oleh kawasan wisata, fasilitas yang terdapat dalam kawasan wisata, aksesibilitas untuk mencapai tempat wisata dan pelayanan tambahan yang ada di kawasan wisata.

Pengunjung yang menjadi responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 17-40 tahun dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah sampai Sarjana. Responden dalam hal ini telah memiliki kemampuan secara emosi, intelektual dan spiritual untuk mengamati suatu kawasan wisata dan dinilai secara indrawi. Sehingga menurut peneliti persepsi wisatawan dapat dipengaruhi oleh pengalaman dan kemampuan individu dalam melakukan pengamatan terhadap suatu tempat wisata.

Hal tersebut diperkuat oleh teori Keliwar dan Nurcahyono, 2015 yang menuliskan bahwa persepsi merupakan kesan individu secara inderawi terhadap sesuatu yang pernah atau sedang dialami baik secara fisik *(tangible)* maupun nonfisik *(intangible).*

Daya tarik Desa Wisata Religi Bubohu Bongo terdapat pada beberapa tempat wisata yaitu Mesjid Walima Emas yang didirikan di atas bukit yang menyuguhkan pemandangan alam lautan lepas serta pegunungan hijau, Taman Wisata Religi yang terdapat pondok-pondok sebagai tempat pengajian Al-Quran adapula fosil kayu yang menambah keunikan taman wisata dan Pantai Dulanga sebagai lokasi wisata pantai.

Terdapat tujuh indikator yang dinyatakan peneliti kepada responden yang kemudian responden memberikan persepsinya. Rata-rata wisatawan memberikan persepsi setuju terhadap atraksi yang suguhkan oleh kawasan wisata, fasilitas yang terdapat dalam kawasan wisata, aksesibilitas untuk mencapai tempat wisata, pelayanan tambahan yang ada di kawasan wisata, akses komunikasi di Desa Wisata Religi Bubohu Bongo, media seperti

ketersediaan *barcode* untuk memudahkan wisatawan memperoleh informasi mengenai tempat wisata, fasilitas dimana tersedia tempat pertemuan (aula) untuk mengadakan pertemuan dalam skala kecil dan objek fosil kayu yang menambah daya tarik wisata.

Berdasarkan hasil analisis bahwa dari 30 orang responden diketahui bahwa sebanyak 24 (80%) responden memiliki persepsi yang sangat baik dimana seluruhnya mempunyai daya tarik wisata yang sangat baik terhadap Desa Wisata Religi Bubohu Bongo. Kemudian sebanyak 6 (20%) responden memiliki persepsi wisata yang baik dimana sebanyak 4 (66.7) responden dengan daya tarik wisata yang sangat baik dan 2 (33.3%) responden diantaranya mempunyai daya Tarik wisata yang baik terhadap tarik wisata yang sangat baik terhadap Desa Wisata Religi Bubohu Bongo.

Kemudian untuk hasil tabulasi silang Uji statistik menggunakan uji *Chi Square* diperoleh nilai P-value 0,003 dimana < 0,05 sebagai taraf signifikan disimpulkan terdapat hubungan antara persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata Desa Wisata Religi Bubohu Bongo

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan bahwa persepsi wisatawan terhadap Desa Wisata Religi Bubohu Bongo sangat baik terlihat dari hasil uji statistic diperoleh dari 30 orang responden diketahui bahwa sebanyak 24 (80%) responden memiliki persepsi yang sangat baik dimana seluruhnya mempunyai daya tarik wisata yang sangat baik terhadap Desa Wisata Religi Bubohu Bongo. Kemudian sebanyak 6 (20%) responden memiliki persepsi wisata yang baik dimana sebanyak 4 (66.7) responden dengan daya tarik wisata yang sangat baik dan 2 (33.3%) responden diantaranya mempunyai daya tarik wisata yang baik terhadap tarik wisata yang sangat baik terhadap Desa Wisata Religi Bubohu Bongo.

Adapaun hal-hal yang membuat daya tarik wisata diantaranya atraksi yang suguhkan oleh kawasan wisata, fasilitas yang terdapat dalam kawasan wisata, aksesibilitas untuk mencapai tempat wisata, pelayanan tambahan yang ada di kawasan wisata, akses komunikasi di Desa Wisata Religi Bubohu Bongo, media seperti ketersediaan *barcode* untuk memudahkan wisatawan memperoleh informasi mengenai tempat wisata, fasilitas dimana tersedia tempat pertemuan (aula) untuk mengadakan pertemuan dalam skala kecil dan objek fosil kayu yang menambah daya tarik wisata.

REFERENSI

Anggela, M. M., Made, N., Karini, O., Made, N., Wijaya, S., Pariwisata, F., Udayana, U., Pariwisata, F., Udayana, U., Pariwisata, F., & Udayana, U. (2017). Persepsi dan Motivasi Wisatawan yang Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Jembong di Kabupaten Buleleng. *Jurnal IPTA*, *5*(2).

Aryana, I. M. P. (n.d.). Restorasi Taman Beji Sapta Resi sebagai Wisata Religi di Desa Adat Samuan: Persepsi Masyarakat dan Implikasinya. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*.

Azmi, F. (2019). *Sapta Pesona Wisata Religi (Analisis Wisata Religi Kompleks Makam Auliya Desa Wonobodro Kecamatan Blado Kabupaten Batang)* (Vol. 8, Issue 5). Islam Negeri Walisongo.

Basiya, R., & Rozak, H. A. (2012). *Kualitas Dayatarik Wisata, Kepuasan dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara di Jawa Tengah*.

Bintang, E. M. (2020). *Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Komunikasi Wisata Religi di Babussalam Besilam*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Hariyana, I. K., & Mahagangga, I. G. A. O. (2015). Persepsi Masyarakat Terhadap

Pengembangan Kawasan Goa Peteng Sebagai Daya Tarik Wisata di Desa Jimbaran Kuta Selatan Kabupaten Badung. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, *3*(1), 24–34.

Hermawan, H. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan, Dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan : Studi Community Based Tourism Di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Jurnal Media Wisata*, *15*.

Jaelani, A., Setyawan, E., & Nursyamsudin. (2015). *Cirebon Sebagai Destinasi Wisata: Potret Wisata Religi Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Masyarakat*.

Keliwar, S., & Nurcahyo, A. (2015). Motivasi Dan Persepsi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata Desa Budaya Pampang Di Samarinda. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, *12*(2).

Kurniawati, A. (2015). *Pengaruh Efikasi Diri, Minat Kerja, Dan Bimbingan Karir Terhadap Kesiapan Kerja Siswa Kelas Xi Program Keahlian Akuntansi Smk N 1 Kendal Tahun Ajaran 2014/2015*. Universitas Negeri Semarang.

Laksono, A. N., & Mussadun. (2014). Dampak Aktivitas Ekowisata di Pulau Karimunjawa Berdasarkan Persepsi Masyarakat. *Jurnal Teknik PWK*, *3*(2).

Lin, H.-H., Ling, Y., Lin, J.-C., & Liang, Z.-F. (2021). Research on the Development of Religious Tourism and the Sustainable Development of Rural Environment and Health. *International Journal of Environmental Research and Public Health*.

M., A., D, W. G., & Darmawan, A. (2018). Polarisasi Persepsi Para Pihak Dalam Pengembangan Hospitalitas Ekowisata Di Unit Pengelola Wisata Kubu Taman Nasional Bukit Barisan Selatan (Tnbbs). *Jurnal Hutan Tropis Volume*, *6*(2), 154–160.

Masruroh. (2018). *Analisis Branding Dalam Upaya Pengembangan Destinasi Wisata Religi Sunan Drajat Tesis*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Saputra, S. C. (2021). *Motivasi dan Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata Palembang Bird Park Kota Palembang Sumatera Selatan*. Universitas Muhammadiyah Palembang.

Slameto, Haryadi, F. T., & Subejo. (2014). Pengaruh Persepsi Karakteristik Inovasi Terhadap Efektifitas Pembelajaran Sekolah Lapang Pengelolaan Tanaman Terpadu Padi Sawah Pada Beberapa Komunitas Etnis Petani Di Lampung. *Jurnal Penyuluhan Pertanian*, *9*(1), 43–57.

Sulistyani, A., Sidiql, R. S. S., & Yesicha, C. (2020). Persepsi Masyarakat Lokal Terhadap Pengembangan Desa Wisata Berbasis Adat. *Jurnal Kebijakan Publik*, *11*(1), 1–58.

Sunarti, S., & Talib, D. (2021). Eksistensi Desa Wisata Religi Bongo Di Masa Pandemic Covid19 Menuju Desa Wisata Terbaik Nasional. *Tulisan Ilmiah Pariwisata*, *4*(2), 65–70.

Talib, D., & Usu, N. F. (2019). Peran Masyarakat Lokal Dalam Pengelolaan Daya Tarik Wisata Alam Arung Jeram Papualangi Kabupaten Gorontalo Utara. *Tulisan Ilmiah Pariwisata*, *2*(2), 130–148.

Wiradipoetra, F. A., & Brahmanto, E. (2016). Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung. *Pariwisata*, *III*(2), 129–137.