



ANALISIS POTENSI WISATA RELIGI DAN BUDAYA DI KOTA JAMBI

Wahyu Alkautsar

wahyu.alkautsar.123@gmail.com

Universitas Jambi

Nurida Isnaeni

wahyu.alkautsar.123@gmail.com

Universitas Jambi

Paulina Lubis

paulinalubis267@gmail.com

Universitas Jambi

Korespondensi penulis: wahyu.alkautsar.123@gmail.com

Abstract : *This research focuses on the potential for religious and cultural tourism in the city of Jambi. The aim of this research is to find out the potential and obstacles that occur in tourist destinations and to find out the strategies used to develop these tourist destinations. The method used in this research is a qualitative descriptive method with the Miles and Huberman Model which is then analyzed using SWOT analysis. The research results show that the development of religious and cultural tourism in Jambi City is still not well realized due to the lack of government role and public awareness about tourism, but on the other hand, Jambi City has potential Islamic history and culture. The strategy used can optimize the tourism potential of Jambi City.*

Keywords: *Potential, Religious Tourism, Cultural Touris*

Abstrak : Penelitian ini berfokus pada potensi wisata religi dan budaya di kota Jambi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui potensi dan kendala yang terjadi dalam destinasi wisata serta mengetahui strategi yang dilakukan untuk pengembangan destinasi wisata tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan Model Miles dan Huberman kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan wisata religi dan budaya di Kota Jambi masih belum terealisasi dengan baik dikarenakan kurangnya peran pemerintah dan kesadaran masyarakat tentang wisata namun disisilain kota Jambi memiliki sejarah islam dan kebudayaan yang potensial. Adapun strategi yang digunakan dapat mengoptimalkan potensi wisata yang dimiliki Kota Jambi.

Kata Kunci: *Potensi, Wisata Religi, Wisata Budaya*

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah industri potensial di dunia. Pertumbuhan destinasi dan investasi pariwisata menjadikan sektor ini sebagai faktor penting dalam perolehan devisa, lapangan kerja, dan kewirausahaan serta pembangunan infrastruktur. Apalagi dibandingkan dengan sektor lain, pariwisata merupakan salah satu sektor yang paling besar dan paling cepat berkembang.

Kunjungan wisatawan muslim merupakan pasar yang potensial diprediksi akan diprediksikan dari tahun ke tahun meningkat. Dicatat dalam laporan (GMTI, 2018) bahwa pangsa pasar wisatawan muslim berkembang pesat. Pada tahun 2017, terdapat 131 juta wisatawan muslim di seluruh dunia, dan meningkat dari hanya 121 juta pada tahun 2016, jumlah ini diperkirakan akan meningkat menjadi 158 juta pada tahun 2020. Angka ini mewakili 10 persen

dari total segmentasi sektor travel. Adapun dalam jumlah ini terdapat negara muslim Timur Tengah yang menyokong perkembangannya (Komite Nasional Keuangan Syariah, 2018).

Indonesia memiliki berbagai wisata mulai dari wisata alam, kuliner, bahari, dan lain lain. Salah satu pilihan tersebut yang saat ini berkembang adalah wisata religi atau agama yang dianut oleh masyarakat. Wisata religi memiliki definisi dimana kegiatan yang mempunyai arti khusus ditempat-tempat tertentu bagi umat beragama, makam atau situs purbakala yang memiliki kelebihan dan keunggulan. Keunggulan ini bisa dilihat misalnya dari sisi sejarah, mitos dan legenda yang ada di tempat tersebut, atau keunikan dan keunggulan arsitektur bangunannya. Pada dasarnya pariwisata didasarkan pada kekhasan, keunikan dan keaslian alam dan budaya masyarakat setempat. Esensi ini merupakan konsep fundamental dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata khususnya di Indonesia, sehingga pembangunan dan pengembangan pariwisata harus mengutamakan keseimbangan, yaitu (1) Hubungan manusia dengan tuhan yang maha esa, (2) Hubungan antar sesama manusia dan manusia, (3) Hubungan manusia dengan masyarakat dan lingkungan alam baik berupa sumber daya alam dan geografisnya. (Ridhwan, 2012)

Wisata religi di Indonesia memiliki potensi besar, karena hal ini juga didukung oleh mayoritas masyarakat di Indonesia beragama Islam dan setiap daerah di Indonesia juga memiliki ciri khas masing-masing salah- satunya terdapat di provinsi Jambi yang mempunyai potensi besar untuk mengembangkan pariwisata religi.

Di Kota Jambi memiliki potensi budaya yang beragam, hanya saja belum adanya pengklasifikasian potensi budaya di Kota Jambi. Kebutuhan masyarakat Kota Jambi akan objek wisata cukup tinggi dan jarak objek wisata yang tidak jauh dari pusat kota. Kota Jambi memiliki banyak sekali objek wisata yang berpotensi dan menarik untuk dikunjungi. Untuk itu perlu adanya penyelidikan untuk mengetahui apa saja potensi budaya yang di miliki Kota Jambi, sebab Kota Jambi sendiri menyimpan berbagai pesona kebudayaan yang menarik untuk di kunjungi.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya pariwisata relatif kurang, misalnya tentang sapta pesona pariwisata dan tanggapan terhadap wisatawan, sehingga banyak wisatawan yang belum mengetahui potensi budaya yang ada di Kota Jambi, dan belum optimalnya pemerintah dalam mengelola potensi budaya yang dimiliki Kota Jambi. Untuk membuat potensi wisata Kota Jambi memiliki kesan bagi para wisatawan maka pemerintah harus mengoptimalkan dalam membenahi, memperhatikan, mengelola potensi wisata secara professional, sehingga dapat mendukung potensi pariwisata Kota Jambi kedepannya.

Potensi pariwisata yang dimiliki Kota Jambi begitu menarik untuk di kunjungi salah satunya adalah Seberang Kota Jambi atau yang di kenal dengan sebutan Sekoja. Seberang Kota Jambi merupakan kawasan KotaJambi yang terletak di tepi utara Sungai Batanghari. Sekoja menyajikan begitu banyak hal yang menarik dan berbeda, mulai dari keindahan panorama, keunikan adat budaya dan kearifan lokal masyarakat, hingga tempat bersejarah dan pusat studi agama islam.

Masyarakat Sekoja yang mayoritas terdiri dari suku Melayu Jambi benar-benar masih sangat memegang teguh norma adat yang bernafas keislaman. Sebagaimana ditegaskan dalam seloka adat Melayu Jambi yaitu, adat bersendi syara', syara' bersendi Kitabullah. Keunikan masyarakat Sekoja menjadikan kawasan ini sangat unik untuk dijadikan tujuan wisata budaya guna mempelajari adat budaya masyarakat Melayu Jambi yang sebenarnya. kawasan Kota Jambi yang secara geografis hanya terletak beberapa ratus meter dari pusat Kota Jambi, yang menyajikan hal-hal menarik dan berbeda, mulai dari keindahan panorama, keunikan adat budaya dan kearifan lokal masyarakat, hingga tempat bersejarah dan pusat studi agama islam.

Berdasarkan hasil wawancara pra riset bersama dengan Bapak Sadat selaku ketua HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia) Kota Jambi, bahwa Kota Jambi khususnya Jambi Kota Seberang memiliki banyak potensi terhadap daya tarik wisata religi. Jambi kota seberang tersendiri dapat menarik wisatawan muslim Internasional ataupun nasional untuk dapat mengunjungi wisata religi khususnya pada wisata religi yang berhubungan dengan perkembangan Islam di Kota Jambi karna memiliki nilai-nilai sejarah dan peninggalan yang berhubungan dengan Islam akan tetapi potensi tersebut masih kurang mendapat perhatian dari pemerintah dalam realisasi wisata serta kesadaran dari masyarakat sekitar dan kurangnya akses publikasi. Dan kelemahan dari HPI sendiri masih jarang juga mendapat perhatian dari pemerintah dalam pembekalan untuk kepentingan pariwisata itu sendiri

Wawancara bersama HPI Provisnis Jambi bapak Abdul Haviz atau yang biasa di sebut pak ahok mengatakan potensi wisata dikota Jambi itu sudah sering di bicarakan dari tahun ketahun dan ini masih belum dapat direalisasikan pemerintah atau pemangku wisata. Potensi tersebut bisa dilihat di seberang kota Jambi yang memiliki potensi wisata religi khususnya umat muslim sangat besar mulai dari tahtul yaman dan tanjung johor yang bila dikembangkan dapat menarik wisatawan asal negara tersebut, tetapi masih banyak kekurangan dalam pemanfaatan potensi tersebut mulai dari akses, petunjuk arah dan *tour guide* yang merupakan ciri dari pariwisata berhasil. Dan bapak ahok ini berharap ada wadah dari permasalahan-permasalahan ini karna sangat disayangkan potensi yang sebesar ini tidak dapat dikembangkan.

Tabel 1.1
Pertumbuhan daya tarik wisata di Provinsi Jambi Tahun 2015-2019

No	Kabupaten/Kota	Tahun				
		2015	2016	2017	2018	2019
1.	Batanghari	10	12	12	12	23
2.	Bungo	44	47	48	48	36
3.	Kerinci	126	128	130	130	138
4.	Kota Jambi	139	142	142	142	151
5.	Kota Sungai Penuh	15	16	16	16	25
6.	Merangin	35	35	35	35	45
7.	Muaro Jambi	5	5	6	6	17
8.	Sarolangun	7	7	11	23	36
9.	Tanjung Jabung Barat	11	16	19	17	28
10.	Tanjung Jabung Timur	27	31	31	31	16
11.	Tebo	6	6	6	6	18
Total		425	445	456	466	533

(Hidayat, 2020) Berdasarkan database kepariwisataan Provinsi Jambi dibagi menjadi 3 unsur jenis wisata yakni: Alam, Buatan, dan Budaya atau Sejarah yang terdiri dari, 3 wisata alam, 54 wisata budaya, 94 buatan. Wisata religi peradaban Islam terlihat dikawasan Melayu Arab Jambi Kota Seberang melalui program seremonial tahunan Kota Jambi pada acara pengembangan Jambi Kota Seberang sebagai sasaran utama wisata religi (Chookaew, 2015). Selain itu, adanya wisata halal merupakan menu atau pilihan terhadap sesuatu yang baru bagi masyarakat umum sehingga dapat memilih wisata halal manayang sesuai dengan kepercayaannya.

KAJIAN TEORITIS

1. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata dalam pengertian umum adalah perjalanan orang atau kelompok dari tempat tinggal semula dengan tujuan untuk istirahat, hiburan dan rekreasi sambil menikmati suasana tempat tujuan. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan seseorang yang bepergian atau tinggal di luar lingkungan alamnya, biasanya tidak lebih dari satu tahun berturut-turut, untuk tujuan wisata, bisnis atau lainnya tanpa harus bekerja di tempat yang dikunjungi. (Suryadana dkk 2015)

Pasal 1 Undang-Undang Kepariwisataan No. 09 Tahun 1990 menyebutkan bahwa kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan kepariwisataan, meliputi pemanfaatan tempat wisata dan daya tarik serta usaha-usaha yang berkaitan dengan bidang tersebut. Menurut ketetapan MPRS (1960) pariwisata merupakan salah satu cara untuk memenuhi suatu kebutuhan masyarakat dengan memberikan kesenangan fisik dan mental sambil bekerja selama sementara waktu dan melihat tempat lain Ibu Kota (wisatawan asing).

Pariwisata merupakan faktor yang penting dalam pengembangan ekonomi karena mendorong perkembangan sektor ekonomi nasional, diantaranya menggugah industri baru berkaitan dengan jasa wisata, misal: usaha transportasi, akomodasi (hotel, motel, pondok wisata), memperluas pasar barang-barang lokal pariwisata, memperluas lapangan kerja baru (hotel atau tempat penginapan lainnya, usaha perjalanan, kantor-kantor pemerintah yang mengurus pariwisata dan penerjemah, industri kerajinan tangan dan cenderamata, serta tempat-tempat penjualan lainnya), serta membantu pembangunan daerah-daerah terpencil jika daerah itu memiliki daya tarik pariwisata. (Wahab, 2003). Dapat diartikan bahwa pariwisata dapat menunjang perekonomian obyek wisata yang dituju oleh para wisatawan. Dalam penelitian kali ini adalah pariwisata dapat mengembangkan potensi yang ada pada desa-desa wisata, misal: potensi kerajinan, pertanian, budaya, agro dan pemandangan alam yang terdapat di masing-masing desa wisata. Sehingga dengan berkerjanya wisatawan kedesa-desa wisata, hal ini secara tidak langsung dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Selain mengembangkan potensi desa wisata, pariwisata dapat menghidupkan industri jasa wisata, dalam hal ini transportasi yang ada di desa wisata, penginapan, serta kerajinan tangan yang dikembangkan di suatu desa wisata. Pariwisata juga membantu pembangunan daerah desa wisata tersebut agar semakin berkembang dan dapat meningkatkan potensi wisatanya. Bukan hanya itu saja, pariwisata juga dapat menjadikan lahan lapangan kerja baru, misal: kantor pariwisata, penerjemah (guide), industri kerajinan, tempat penjualan cenderamata, dan lain sebagainya. (Nursalam, 2016 & Fallis, 2013)

b. Potensi Pariwisata

Potensi pariwisata ini banyak para ahli mengemukakan definisi dari potensi pariwisata diantaranya potensi pariwisata menurut Mariotti dalam Yoeti (1983) adalah segala sesuatu yang berada di daerah wisata yang dituju dan merupakan sebuah daya tarik agar para wisatawan mau untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut. Sedangkan potensi wisata menurut Sukardi (1998) merupakan segala sesuatu yang dimiliki oleh suatu daerah dengan daya tarik wisata yang berguna untuk mengembangkan industri pariwisata yang ada di daerah tersebut.

Potensi pariwisata menurut Nawangsari (2018) adalah berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu daerah atau tempat yang dapat dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata yang dapat dimanfaatkan baik untuk kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek yang lainnya. Potensi pariwisata ini adalah sesuatu yang dimiliki oleh suatu wisata dan menjadi daya tarik bagi wisatawan dan dimiliki oleh tempat wisata itu sendiri. Potensi wisata ini juga merupakan segala sesuatu yang dimiliki dan ada di daerah tujuan wisata dan menjadi daya tarik untuk para pengunjung berkunjung ke tempat tersebut. Potensi yang dapat dimanfaatkan itu berupa

kesenian, kebudayaan baik nasional maupun daerah, keindahan alam, flora dan fauna maupun hal lainnya yang perlu dijaga kelestariannya. (Muzadzi, 2013)

c. Destinasi Wisata

Destinasi pariwisata menurut Suryadana dan Ocktavia (2015) adalah area atau kawasan geografis yang berbeda dalam satu atau lebih wilayah administratif yang mana di dalamnya terdapat unsur daya tarik wisata, diantaranya fasilitas, masyarakat, aksesibilitas, dan juga wisatawan yang dimana semua itu saling terikat dan juga saling melengkapi untuk dapat terwujudnya suatu kegiatan pariwisata.

Suatu daerah yang memiliki daya tarik di bidang wisata juga bisa menarik untuk didatangi oleh para wisatawan dan juga harus dapat memenuhi syarat untuk dilakukan pengembangan didaerahnya, menurut syarat pariwisata menurut adalah:

1) What to see

Didalam suatu objek wisata harus ada objek atau atraksi yang memiliki keunikan dan berbeda dengan daerah yang lainnya. What to see ini dapat meliputi atraksi wisata, kegiatan, kesenian, dan pemandangan alam.

2) What to do

Didalam objek wisata selain ada hal yang dapat dilihat, harus pula disediakan berupa fasilitas rekreasi yang dimana hal ini bisa membuat wisatawan enggan untuk meninggalkan objek wisata tersebut.

3) What to buy

Tempat destinasi wisata juga harus tersedia fasilitas untuk para wisatawan berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan yang dapat dijadikan oleh-oleh untuk dibawa pulang oleh para wisatawananya ketempat asalnya.

4) What to arrived

Dalam destinasi wisata juga aksesibilitas termasuk didalamnya, bagaimana cara kita dapat mengunjungi daya tarik wisata tersebut, kendaraan apa yang dapat digunakan, dan berapa lama waktu yang ditempuh untuk bisa sampai ke tempat tujuan wisata tersebut.

5) What to stay

Dalam destinasi wisata juga harus diperhatikan bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara waktu selama wisatawan tersebut sedang berlibur. Diperlukan fasilitas berupa sebuah penginapan baik itu hotel bintang lima maupun penginapan biasa. (Muzadzi, 2013)

d. Wisata Religi

Wisata religi adalah suatu jalan atau kegiatan mengunjungi tempat- tempat yang bernuansa Agama Islam atau bermakna khusus bagi umat beragama, baik berupa tempat ibadah, makam-makam waliullah atau ulama, dan tempat lainnya yang berhubungan dengan nilai- nilai keagamaan. (Pangestika, 2019)

Adapun pengertian lain tentang wisata religi adalah salah satu jenis produk wisata yang berkaitan erat dengan sisi religius atau keagamaan yang dianut oleh umat manusia. Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama, biasanya beberapa tempat ibadah yang memiliki kelebihan. Ini misalnya dilihat dari sisi sejarah, adanya mitos dan legenda mengenai tempat tersebut, ataupun keunikan dan keunggulan arsitektur bangunannya. Wisata religi ini banyak di hubungkan dengan niat dan tujuan sang wisatawan untuk memperoleh berkah, ibrah, tausiah, dan hikmah kehidupannya. Tetapi tidak jarang pula untuk tujuan tertentu seperti mendapat restu, kekuatan batin, keteguhan iman bahkan kekayaan melimpah.

Secara substansial, wisata religi adalah perjalanan keagamaan yang di tunjukkan untuk memenuhi dahaga spiritual, agar jiwa yang kering kembali basah oleh hikmah-hikmah religi. Dengan demikian, objek wisata religi memiliki cakupan yang sangat luas, meliputi setiap tempat yang bisa menggairahkan cita rasa religiusitas yang bersangkutan, dengan wisata religi, yang bersangkutan dengan memperkaya wawasan dan pengalaman keagamaan serta memperdalam rasa spiritual. Karena itu mesti ada ibrah dan hikmah yang di dapat dari kunjungan wisata religi, misalnya membuat yang bersangkutan lebih dekat kepada Allah, ingat mati, takut akan siksa kubur dan siksa neraka. Jadi seyogyanya terdapat perubahan signifikan bagi kepribadian dan pelaku seseorang yang melakukan. (Autoridad Nacional del Servicio Civil, 2021)

Wisata religi merupakan jenis wisata yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhan rohani manusia untuk memperkuat iman, dengan mendatangi tempat-tempat yang dianggap memiliki religius.4 Wisata religi menjadi salah satu objek yang banyak peminatnya di kalangan masyarakat sekarang, karena wisata ini disebut juga dengan wisata agama atau di kenal dengan istilah berziarah ke tempat yang suci maupun kemakam orang-orang besar yang dianggap bersejarah. Wisata religi kebanyakan dikaitkan dengan adat istiadat agama atau kepercayaan masyarakat.

Wisata religi memiliki keterikatan yang erat dengan sisi religius atau keagamaan dimana dalam eksistensinya bisa kita lihat dalam kegiatan berziarah kubur atau mengunjungi makam-makam para wali, sesepuh, nenek moyang maupun tokoh-tokoh yang gugur dalam memperjuangkan agama Islam. Kegiatan berziarah tersebut seing kali menjadi kebiasaan tiap masyarakat yang beragama Islam. Adapun kelebihan dari adanya wisata religi ini adalah agar bisa lebih mendekatkan diri kepada Allah dan juga sebagai sarana untuk memahami arti kematian, bahwa tiap manusia yang bernyawa pasti akan mati. (Mathematics, 2016)

e. Wisata Budaya

Wisata budaya berhubungan erat dengan daya tarik wisata budaya, berdasarkan pada Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) pasal 14 ayat (1) huruf b menjelaskan bahwa daya tarik wisata budaya adalah daya tarik berupa hasil olah cipta rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya. Daya tarik wisata budaya dibedakan menjadi dua yaitu daya tarik wisata budaya yang bersifat berwujud dan daya tarik wisata budaya yang bersifat tidak terwujud (Khotimah et al, 2017)

Kata budaya merupakan kata majemuk dari budi-daya yang berarti daya dari budi. Sehingga dapat dibedakan antara budaya dan kebudayaan. Budaya adalah daya dari budi yang berupa cipta, karsa, dan rasa, sedangkan kebudayaan adalah hasil dari cipta, karsa, dan rasa tersebut. (Library, 2002)

Silberberg dalam Damanik (2013) mendefinisikan pariwisata budaya sebagai kunjungan orang dari luar destinasi yang didorong oleh ketertarikan pada objek – objek atau peninggalan sejarah, seni, ilmu pengetahuan dan gaya hidup yang dimiliki oleh kelompok, masyarakat, daerah ataupun lembaga. Jenis pariwisata ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar pusat – pusat penganjarann dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, cara hidup rakyat negara lain untuk mengunjungi monument bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu sebaliknya penemuan – penemuan besar masa kini, pusat–pusat kesenian, keagamaan, atau ikut serta dalam festival budaya (seperti teater, tarian rakyat, dan lain-lain).

Mappi (Asriady, 2016) lebih jelas mengemukakan bahwa beberapa aspek yang termasuk dalam objek pariwisata budaya diantaranya, seperti: adanya upacara kelahiran, tari-tarian tradisional, musik-musik tradisional, perkawinan, pakaian tradisional (pakaian adat), berbagai macam upacara (seperti turun ke sawah dan upacara panen), bangunan-bangunan bersejarah, cagar budaya, beberapa peninggalan tradisional, kain tradisional (seperti kain tenun), pemeran

festival budaya dan pertunjukan tradisional, hasil tekstil lokal, meseum sejarah dan budaya, serta adat-istiadat lokal lainnya.

Cakupan objek wisata budaya dengan demikian sangatlah luas, namun secara sederhana dapat dikatakan bahwa situs wisata budaya tersebut berasal dari apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh manusia selaku pemilik budaya sebagai identitas dari kebudayaan tertentu yang muncul dalam artefact, ideafact dan sosiofact. Wisata budaya yang demikian sangatlah menarik bagi wisatawan yang berada di luarnya, sehingga hal ini menjadi potensi dan daya tarik tersendiri apabila dapat dikemas dengan baik, sehingga akhir-akhir ini pariwisata budaya di Indonesia semakin tumbuh dengan pesatnya pada setiap daerah.

Menurut McKercher dan du Cros (2002), bahwa adanya perkembangan pariwisata budaya berkaitan erat dengan adanya apresiasi dari masyarakat untuk secara terus-menerus menjaga dan memelihara aset budaya atau pusaka budaya mereka yang dalam perkembangannya saat ini semakin dirasakan berkurang. (Prasodjo, 2017)

Menurut Organisasi Pariwisata Dunia atau WTO (2008), pariwisata budaya adalah salah satu yang paling cepat mengalami perkembangan di sektor industri pariwisata, terutama untuk beberapa dekade terakhir. Konsep budaya pariwisata telah ada sejak lama dan ditemui perdebatan panjang untuk mendefinisikan dan mengkonseptualisasikannya. Oleh karena itu, ada banyak sekali definisi budaya pariwisata digunakan. Pariwisata budaya bukan berarti hanya sebatas mengunjungi, berpartisipasi, atau menikmati waktu ke museum dan galeri, acara dan festival seni, atraksi dan situs warisan, dan pengalaman budaya lainnya. Esensi pariwisata budaya lebih dari itu adalah mengenai cara untuk generasi muda di era globalisasi menghadapi sejarah dan warisan tempat destinasi, cerita-ceritanya, orang-orangnya, lanskap dan pemandangan kota terhadap perubahan budaya yang telah terkontaminasi oleh zaman. Pengertian lain yaitu tentang cara menemukan apa yang membuat suatu tujuan berbeda, otentik, dan mudah diingat.

Menurut UNWTO dalam 22nd Session of the General Assembly di China wisata budaya adalah jenis kegiatan pariwisata di mana motivasi penting pengunjung adalah untuk belajar, menemukan, mengalami dan mengkonsumsi budaya yang nyata dan tidak berwujud atraksi atau produk di daerah tujuan wisata. (Pustaka & Pedesaan, 2002)

f. Landasan Hukum Pariwisata

A. Al-Quran

Beberapa ayat Al-qur'an yang mengisyaratkan tentang perjalanan

1. QS. Ali Imran 3 : 137

Artinya : *“Sesungguhnya telah berlalu sebelum kamu sunnah-sunnah Allah; karena itu berjalanlah kamu dimuka bumi dan perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang yang mendustakan (rasul-rasul)”*

2. QS. Ar-Rum 30 : 42

Artinya: *Katakanlah: “Adakanlah perjalanan di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang terdahulu. Kebanyakan dari mereka itu adalah orang-orang yang mempersekutukan(Allah)”*

3. QS. An-Nahl 16 : 36

Artinya : *“Dan Sesungguhnya kami telah mengutus rasul pada tiap-tiap umat (untuk menyerukan) : “Sembahlah Allah (saja), dan jauhilah thaghut itu”, ada pula diantaranya orang-orang yang telah pasti kesesetan baginya. Maka berjalanlah kamu dimuka bumi ini dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan (rasul-rasul).”*

4. QS. Al-An'am 6 : 11

Artinya : *“Katakanlah : “Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesalahan orang-orang yang mendustakan itu”.*

5. QS. Saba 34 : 11

Artinya : *“(yaitu) buatlah baju besi yang besar-besar dan ukurlah anyamannya; dan kerjakanlah amal-an yang saleh. Sesungguhnya aku melihat apa yang kamu kerjakan.”*

B. Hadist

1. Hadist Nabiriwayat Ahmad :

“Dari Abi Hurairah, bahwasannya Nabi saw; bersabda : Berpergianlah kalian niscaya kalian menjadi sehat dan berperanglah niscaya kalian akan tercukupi.”

2. Hadist Nabi riwayat Al-Baihaqi

“Dari Ibnu Abbas ra. Berkata, bahwa rasulullah saw. Bersabda : Berpergianlah, kalian akan sehat dan tercukupi.”

3. Hadist Nabi riwayat Abdul ar-Razzaq

“Dari Ma'mar, dari thawus dari ayahnya, berkata : Bahwa Umar berkata; Berpergianlah kalian akan sehat dan akan mendapat rezeki.”

METODE PENELITIAN

A. Metode dan Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian dengan metode pendekatan kualitatif. Penelitian ini merupakan pendekatan yang menggunakan data berupa kalimat tertulis ataupun lisan, peristiwa-peristiwa, atau proyek studi yang bersifat deskriptif (Nazir (2003).

Penelitian kualitatif Menurut Denzin dan Lincoln (1994), merupakan penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan sebuah fenomena atau kejadian dengan melibatkan metode yang ada. Penelitian kualitatif digunakan untuk menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai masalah-masalah sosial sesuai dengan kondisi realistik.

B. Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian adalah objek penelitian tempat dimana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi penelitian dimaksudkan untuk mempermudah dan memperjelas objek yang menjadi sasaran penelitian. Lokasi penelitian ini berada di Kota Jambi.

C. Jenis dan Sumber Penelitian

a. Data Primer

Data primer adalah data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan dalam bentuk tabel-tabel atau grafik. Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi secara lengkap dengan data yang dibutuhkan dan sesuai dengan penelitian. Husein Umar (2013).

b. Data Sekunder

Menurut V. Wiratna Surjarweni (2014), data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah ataupun artikel. Data sekunder ini didapatkan dari dinas pariwisata dan kebudayaan Kota Jambi serta MUI Kota Jambi.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Strategi dan Analisis SWOT pada potensi wisata religi dan budaya

Sebelum untuk mengetahui potensi tentu kita perlu mengetahui yang pertama arti dari pariwisata itu sendiri pariwisata itu dua kata yang berbeda pariwisata serta makna yang berbeda pariwisata itu pelakunya, wisatawanannya, masyarakatnya itu seperti apa dan pariwisata itu adalah objeknya yang disebut dengan destinasi, menurut saya di dalam pariwisata itu memiliki tantangan yang besar dari orangnya yang belum siap itulah sebabnya Jambi ini selalu membicarakan potensi, kalo dilihat dari potensi itu banyak yang sudah sering

dibicarakan oleh mahasiswa-mahasiswa, dinas pariwisata bahkan pemerintah tetapi hanya membicarakan potensi bukan membicarakan pengembangan. Seberang Kota Jambi banyak potensi memiliki wisata religi Islam tapi dari tahun 1997 yang dibicarakan potensi-potensi sampai sekarang, coba membicarakan pengembangan mulai dari, pemberdayaan masyarakat dan pengetahuan masyarakatnya tentang pariwisata itu seperti apa kalo kita liat di seberang itu religi semua maka dari itu bapak HBA termasuk saya mendirikan yang namanya Gentala Arasy dengan maksud sebagai pengingat waktu sholat sesuai dengan arah dari jam tersebut yang mengarah pada masjid agung Al-Falah karena Seberang Kota Jambi itu cikal bakalnya perkembangan Islam di Kota Jambi ini masih di level bicara objek wisata yang dibidang potensi itu tetapi dalam hal pengelolaannya, manajemennya itu yang masih belum dilakukan akomodasi dan transportasi juga masih belum siap dalam pariwisata di Jambi ketika semua itu sudah dilaksanakan yang namanya 3A aksesibilitas, amenitas, atraksi baru Jambi bisa disebut dengan tujuan pariwisata. Contoh di padang mereka berbicara pengembangan apa yang mereka lakukan karena mereka menderok penerbangan bim itu langsung ke malaysia, Jambi kalo berbicara pengembangan bandara sultantaha itu setidaknya menderok ke singapore karna itu merupakan faktor pengembangan, disaat pengembangan kita berbicara tentang bisnis langkah awalnya lihat pangsa pasar wisatawan mana yang kita targetkan apalagi wisata religi Islam, Islam yang kuat itu dimana dimulai mencari narasi-narasi storytelling yang berhubungan misalnyadiseberang itu ada namanya tanjung Johor, ada Tahtul Yaman dan ini pasti ada hubungan sejarahnya dan interaksi pendahulu ini adalah sebuah potensi dalam pemasaran menggunakan promosi tapi sayangnya tidak dilakukan. Tentunya dari masalah tersebut pemerintahlah yang ikut dalam memajukan pariwisata kita dan kami ini HPI termasuk guide belum ada formula yang mengikat jadi sekarang ini jalan masing-masing dan harapan pak ahok ini pemda lebih memikirkan program untuk kemajuan wisata di Kota Jambi.

Analisis SWOT

Strenght (Kekuatan)	Weakneses (kelemahan)
a. Kota Jambi memiliki sejarah Islam dan kebudayaan yang potensial	Kurangnya sosialisasi dan promosi terkait wisata yang ada
b. Kota Jambi memiliki sungai Batanghari sebagai penghubung lintas tengah dan Timur Sumatera yang sangat komparatif dalam aksesibilitas perdagangan regional	Kurangnya peran pemerintah dalam realisasi wisata
c. Masyarakat Jambi yang ramah akan pendatang	Fasilitas pendukung masih kurang lengkap
Opportunity (Peluang)	Threats (Ancaman)
a. Potensi menjadi tujuan wisata nasional	Kerusakan tempat wisata
b. Dapat mendukung pembangunan infrastruktur disekitar wisata	Generasi muda yang cenderung mengikuti budaya kebarat-baratan
c. Kewirausahaan yang dapat berkembang di sekitar tempat wisata	Kalah saing dengan wisata unggulan
d. Perkembangan teknologi dan informasi	Kesadaran masyarakat setempat terhadap pengetahuan tentang wisata yang masih kurang

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dijabarkan, maka ada beberapa alternatif strategi yang dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Strategi SO (Strengths – Opportunities)

- a. Mengembangkan potensi wisata yang ada di Kota Jambi dengan sumber daya yang dimiliki, pemanfaatan sumber daya manusia disekitar wisata dan peran pemerintah dalam membangun wisata yang berpotensi. Adanya pengembangan potensi wisata yang dimiliki Kota Jambi diharapkan dapat memberdayakan lingkungan sekitar dan wilayah setempat. Dalam peningkatan sarana dan prasarana serta infrastruktur maupun perkembangan teknologi dan informasi mengenai daerah di objek wisata itu mendukung kemajuan wisata tersebut.
 - b. Memanfaatkan aksesibilitas yang dimiliki dalam mengoptimalkan pembangunan infrastruktur di tempat wisata yang berpotensi serta sebagai sarana wisatawan untuk berkunjung.
 - c. Promosi objek wisata yang lebih gencar untuk ditingkatkan dengan tujuan agar dapat menarik wisatawan nasional maupun internasional untuk berkunjung ke objek wisata itu.
2. Strategi WO (Weaknesses – Opportunities)
- a. Pengadaan fasilitas di objek wisata tersebut seperti media informasi sehingga dapat mempermudah wisatawan memperoleh informasi selama berada di kawasan wisata
 - b. Pengadaan fasilitas yang perlu disediakan di area kawasan wisata yang dapat memudahkan wisatawan menjaga kebersihan.
 - c. Peran pemerintah sangat diperlukan dalam wisata tersebut dari segala aspek sehingga dapat mendukung perkembangan wisata.
3. Strategi ST (Strength – Threats)
- a. Pemeliharaan lingkungan di objek wisata tersebut. Hal ini dapat melibatkan masyarakat setempat untuk ikut menjaga dan melestarikan lingkungan objek wisata.
 - b. Didalam promosi dapat menjalin kerjasama dengan masyarakat dan pihak terkait untuk menambah informasi tentang tempat wisata dalam bentuk promosi atau menyelenggarakan *event*
4. Strategi WT (Weakness – Threats)
- a. Penegakan kebijakan terkait permasalahan di lingkungan wisata.

Pemerintah setempat wajib menyelenggarakan fungsi mengatur, mengurus, dan mengawasi terhadap pengelolaan tempat wisata.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai potensi wisata religi dan budaya di kota jambi, dapat ditarik kesimpulan : Kota Jambi memiliki potensi dalam wisata religi dan budaya yang cukup baik untuk dikembangkan. Hal ini ditinjau dari segi sejarah perkembangan islam dan kebudayaan kota jambi itu sendiri.

Strategi yang dapat dikembangkan melalui potensi yang ada berdasarkan analisis SWOT sebagai berikut :

1. Strategi SO
Mengembangkan potensi yang ada dengan memanfaatkan sumberdaya yang dimiliki dan meningkatkan sarana dan prasarana dalam mendukung wisata tersebut.
Mengembangkan aksesibilitas yang ada sebagai penunjang sarana wisatawan untuk berkunjung.
Aktif dalam melakukan promosi sehingga dapat menarik wisatawan
2. Strategi WO.
Pengadaan fasilitas penunjang seperti media informasi dalam mempermudah wisatawan mencari informasi.

- Pengadaan fasilitas yang perlu disediakan di area kawasan wisata untuk menjaga kebersihan.
Peran pemerintah yang diperlukan untuk mendukung perkembangan wisata.
3. Strategi ST
Pemeliharaan lingkungan di objek wisata dengan dukungan masyarakat sekitar.
Melakukan kerja sama promosi dengan masyarakat dan pihak terkait dalam menambah informasi.
 4. Strategi WT
Penegakkan kebijakan terkait permasalahan di lingkungan wisata.
Pemerintah setempat menyelenggarakan fungsi mengatur, mengurus dan mengawasi pengelolaan tempat wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, I., & Sopiany, H. M. (2017). Analisis Potensi Objek Wisata di Kota Jambi. *Pariwisata*, 87(1,2), 149–200.
- Andrianary, M., & Antoine, P. (2019). *potensi pengembangan wisata syariah di pulau santen pantai syariah banyuwangi*. 2, 89.
- Ardilla, U. (2017). Analisis Potensi Objek Wisata di Kota Jambi. *Manajemen Paiwisata*, 4(September), 9–15.
- Autoridad Nacional del Servicio Civil. (2021). Wisata Religi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Dea, S. (2022). *sebagai tempat untuk pameran tetap Berdasarkan Peraturan berbunyi “ Museum didefinisikan sebagai lembaga yang berfungsi kepada masyarakat .” Sejalan dengan dua berdiri di Indonesia yang penuh tema-tema khusus , sehingga dapat oleh Meskipun museum secara t.* 6(2), 89–103.
- Ezizwita, E., Firsta, F., & Sukma, T. (2022). Identifikasi Potensi Wisata Syariah dan Strategi Pengembangannya Ditengah Pandemi Covid-19 Di KabupatenPesisir Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 24(1), 95–109. <https://doi.org/10.47233/jebd.v24i1.354>
- Fatimah, S. (2015). *STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK DAYA TARIK WISATA RELIGI*.
- Komite Nasional Keuangan Syariah. (2018). Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. *Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional*, 1–443. https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-MasterplanEksyar_Preview.pdf
- Library, I. (2002). 4 Institut Teknologi Nasional. *Material Komposit*, 5(10), 4–22.
- Mathematics, A. (2016). *Kajian Teori Wisata Religi*. 1–23.
- Mentari rendayani. (2018). analisis potensi dan strategi pengembangan wisata syariah puncak mas sukadanaham bandar lampung. *Jurnal Ekonomi*, 6–7.
- Muzadzi, T. (2013). Potensi Pariwisata. *Pariwisata*, 66(1997), 37–39.
- Novra, A. (2012). “Akselerasi Pembangunan Kawasan Seberang Kota Jambi (SEKOJA).” *Pemerintah Provinsi Jambi Badan Perencanaan Dan Pembangunan Daerah*.
- Nursalam, 2016, metode penelitian, & Fallis, A. . (2013). Jenis Pariwisata. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Pangestika, D. M. (2019). *Perencanaan Pengembangan Wisata Budaya dan Religi di Provinsi Jawa Tengah*. 150.
- Prasodjo, T. (2017). Pengembangan Pariwisata Budaya dalam Perspektif Pelayanan Publik. *Jurnal Office*, 3(1), 7. <https://doi.org/10.26858/jo.v3i1.3448>
- Pustaka, A. K., & Pedesaan, M. (2002). *Kajian Teori Pariwisata*. 18–45.
- Sugiyarto, S., & Amaruli, R. J. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya dan Kearifan Lokal. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.14710/jab.v7i1.22609>