



## TULIP: Tulisan Ilmiah Pariwisata

E-ISSN: 2720-9873

Available Online at <https://journal.umgo.ac.id/index.php/Tulip/index>

Vol. 6, No. 2 Desember 2023

DOI: <http://dx.doi.org/10.31314/tulip.6.2.75-83.2023>

### Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Desa Wisata Religi Bubohu Bongo Kabupaten Gorontalo

Desrika Talib<sup>1</sup>, Anggraeni M.S Lagalo<sup>2</sup>, Bobby H. Talib<sup>3</sup>

1,2 Pariwisata, Universitas Muhammadiyah Gorontalo, Indonesia

3. SMK Pariwisata Bubohu, Kabupaten Gorontalo, Indonesia

Email; [desrikatalib@umgo.ac.id](mailto:desrikatalib@umgo.ac.id) [anggraenims@umgo.ac.id](mailto:anggraenims@umgo.ac.id) [bobyhthalib@gmail.com](mailto:bobyhthalib@gmail.com)

#### Info Artikel

#### Abstract:

Submitted:  
2023-09-16

Accepted:  
2023-12-27

Published:  
2023-12-29

*The Religious Tourism Village of Bubohu Bongo is one of the tourist destinations in the Gorontalo Province and is a sought-after destination due to its ancient religious ceremony tradition, namely the implementation of walima conducted every Maulid of Prophet Muhammad SAW. The traditions and rituals held by the Religious Tourism Village of Bubohu Bongo have long been evolving and attract tourist in search of something authentic. 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  $H_a$  was accepted and  $H_0$  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:

Desa Wisata Religi Bubohu Bongo merupakan salah satu destinasi wisata yang ada di Provinsi Gorontalo dan menjadi sasaran tujuan wisata karena memiliki tradisi upacara keagamaan yang tua yang dalam bentuk upacaranya yaitu pelaksanaan walima yang dilaksanakan setiap Maulid Nabi Muhammad SAW. Tradisi dan ritual yang dimiliki oleh Desa Wisata Religi Bubohu Bongo telah lama berkembang dan menarik wisatawan untuk mencari sesuatu yang otentik. 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  $H_a$  diterima dan  $H_0$  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

Hiruk pikuk dunia moderen saat ini telah membawa dampak terhadap pergeseran kehidupan masyarakat, terutama tampak pada meningkatnya kompleksitas dan gaya hidup, perubahan pola tindakan, hedonisme dan materialisme. Hal ini tidak terlepas dari semakin ketatnya persaingan pada berbagai bidang sehingga membuat spiritualitas manusia semakin kering. Dalam situasi tersebut, manusia perlu melepaskan diri sejenak dari aktivitas dan rutinitas kehidupannya. Salah satu bentuk pelepasan diri tersebut adalah dengan melakukan aktivitas wisata dan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan spiritual.

Mac Cannel (1976 dalam Bintang, 2020) mengungkapkan bahwa wisatawan selalu ingin mencari sesuatu yang "otentik" karena mereka terasing dari kebudayaan mereka sendiri yang dangkal. Aktivitas yang dapat menjadi alternatif menjawab kebutuhan manusia saat ini yaitu dengan aktivitas wisata religi. Selain itu karena motivasi keagamaan dan pemenuhan spiritualitas, wisata religi ini banyak dihubungkan dengan keinginan wisata untuk memperoleh berkah dan rezeki.

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

Sejarah awal Desa Wisata Religi Bongo pada mulanya direncanakan oleh pendiri bapak Yosef Tahir Ma'ruf selama 15 tahun dengan mengangkat salah satu tradisi keagamaan yang dilaksanakan di Desa Bongo yakni Perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW. Sehubungan dengan perkembangan dan pelaksanaan kegiatan tersebut Gubernur Gorontalo bapak Hi. Fadel Muhammad menetapkan Desa Bongo Sebagai Desa Wisata Religi pada tanggal 9 Mei tahun 2004. Konsep Desa Wisata Religi mencakup kegiatan keagamaan, sejarah, budaya, teknologi maupun lingkungan hidup.

Konsep keagamaan dilaksanakan untuk menumbuhkan religius masyarakat, budaya yang diangkat adalah walima sebagai ikon yang sudah turun-temurun dan sukarela dilaksanakan oleh masyarakat Desa Bongo. Teknologi yang dimiliki adalah dibidang pertanian seperti panen air hujan molekul organik lokal yang bahan semuanya mudah ditemukan seperti bahan-bahan tanaman tradisional Gorontalo. Konsep sejarah itu sendiri sebelumnya Desa Bongo merupakan pusat pemerintahan sebuah kerajaan kecil Islam yang ada dibawah kerajaan besar Gorontalo, sejarah ini diangkat untuk menambah spirit sejarah maupun budaya untuk membangun Desa Bongo

Kata 'Bongo' merupakan bahasa Gorontalo yang artinya adalah buah kelapa, mendengar arti dari nama desa tersebut pasti kita langsung berpikir di desa tersebut kaya akan kelapa yang tumbuh di mana-mana. Wisatawan yang datang berkunjung ke daya tarik wisata religi Bongo akan merasakan suasana desa yang begitu religi, hal ini dikarenakan masyarakat desa wisata religi Bongo masih kental dengan nilai-nilai agama Islam dan memiliki pesantren alam Bubohu.

Desa Wisata Religi Bongo menjadi salah satu destinasi wisata yang menjadi sasaran tujuan wisata hal ini dikarenakan oleh adanya tradisi tua yang merupakan bentuk upacara Walima yang dilaksanakan setiap Maulid Nabi Muhammad SAW, mengiringi tradisi tersebut seluruh masyarakat mengarak kue kolombengi yang diletakkan dalam sebuah wadah yang disebut dengan TOYOPO untuk diberikan ke masjid dan dibagikan kepada masyarakat yang hadir.

Dalam kaitannya dengan pariwisata persepsi wisatawan tidak lepas dari bagaimana pandangan yang dilakukan oleh penikmat wisata dalam memahami suatu daya tarik wisata. Semakin mendapatkan persepsi yang baik dari wisatawan mengenai produk wisata yang ada di daya tarik wisata religi Bobohu Bongo, maka akan semakin banyak wisatawan yang berkunjung.

Dalam rangka mengembangkan daya Tarik wisata Bubohu Bongo penting bagi peneliti untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata Bubohu Bongo.

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.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi. Toha (2003) dalam Sitasari (2017) menyatakan bahwa persepsi dipengaruhi oleh: 1) faktor internal 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, dan informasi yang diperoleh berupa pengetahuan dan kebutuhan sekitar.

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) *frame of experience*, yaitu pengalaman yang telah dialami individu dan tidak terlepas dari keadaan lingkungan sekitarnya.

Wisata religi dibuat agar wisatawan dapat merasakan pengalaman wisata sekaligus mendapatkan pengalaman spiritual. Konsep wisata religi dalam islam dikenal dengan wisata halal.

## METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan *cross sectional*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yakni variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas yakni variabel yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat, sedangkan variabel terikat yakni variabel yang muncul diakibatkan dari variabel bebas (Hidayat, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang datang ke Desa Wisata Religi Bubohu Bongo.

### Analisa Univariat

Analisa univariat dilakukan terhadap tiap-tiap variabel dari hasil penelitian. Pada umumnya dalam analisis ini hanya menghasilkan distribusi dan persentase dari tiap variabel. Kemudian ditentukan

persentase dengan menggunakan rumus (Anggareni, 2011) sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P: persentase

f: frekuensi yang teramati

n: jumlah sampel

### Analisa Bivariat

Analisis bivariat terdiri atas metode-metode statistik inferensial yang digunakan untuk menganalisis data dua variabel penelitian. Penelitian terhadap dua variabel biasanya mempunyai tujuan untuk mendiskripsikan distribusi data, melihat perbedaan dan mengukur hubungan antara dua variabel yang diteliti.

Analisis bivariat menggunakan tabel silang untuk menyoroti dan menganalisis perbedaan atau hubungan antara dua variabel, digunakan analisis uji *Chi-square test*. Analisis bivariat hanya akan menghasilkan hubungan antara dua variabel yang bersangkutan (Notoatmodjo, 2012). Interval kepercayaan yang digunakan 95% dengan batas kemaknaan  $P < 0,05$ .

$$\chi^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Keterangan:

$\chi^2$ : *Chi-square*

O: efek yang diamati

E: efek yang diharapkan

Ketentuan yang berlaku untuk uji *Chi-square* yaitu:

- Bila table 2x2 dan tidak ada nilai  $E < 5$ , maka uji yang dipakai continuity correction
- Bila table 2x2 dan nilai  $E < 5$ , maka uji yang dipakai adalah Fisher's Exact Test
- Bila table 2x2 maka digunakan uji Pearson Chi Square

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Persepsi Wisatawan

Berdasarkan hasil pengelolaan data menggunakan aplikasi SPSS dengan jumlah responden sebanyak 30 wisatawan, berikut lampiran dari hasil kuisioner yang dibagikan kepada responden.

| No | Pernyataan                | Jawaban |   |   |   |   |
|----|---------------------------|---------|---|---|---|---|
|    | <b>PERSEPSI WISATAWAN</b> |         |   |   |   |   |
|    | Atraksi                   | 5       | 4 | 3 | 2 | 1 |

|                          |   |    |    |   |   |   |
|--------------------------|---|----|----|---|---|---|
| 1                        | Saya tertarik dengan salah satu atraksi yang disuguhkan oleh wisata religi Desa Bongo   | 12 | 13 | 5 | 0 | 0 |
| <b>Fasilitas</b>         |   |    |    |   |   |   |
| 2                        | Menurut saya daya tarik wisata religi Desa Bongo memiliki tempat parkir yang luas dan memadai                                 | 9  | 12 | 8 | 1 | 0 |
| 3                        | Menurut saya toilet di wisata religi Desa Bongo bersih dan mudah ditemukan  | 17 | 10 | 2 | 1 | 0 |
| 4                        | Menurut saya wisata religi Desa Bongo mudah memperoleh makanan dan minuman di sekitar tempat wisata                           | 15 | 9  | 5 | 0 | 0 |
| <b>Aksesibilitas</b>     |   |    |    |   |   |   |
| 5                        | Jarak tempuh wisata religi Desa Bongo dekat dengan pusat kota   | 5  | 15 | 7 | 3 | 0 |
| 6                        | Ketersediaan sarana transportasi wisata religi Desa Bongo cukup memadai   | 10 | 14 | 6 | 0 | 0 |
| 7                        | Kolam dengan konsep 99 menjadi salah satu ikon wisata religi Desa Bongo   | 15 | 10 | 4 | 1 | 0 |
| 8                        | Wombohe/pondok walima menjadi daya tarik tersendiri dari wisata religi Desa Bongo   | 20 | 8  | 1 | 0 | 0 |
| <b>DAYA TARIK WISATA</b> |   |    |    |   |   |   |
| <b>Komunikasi</b>        |   |    |    |   |   |   |
| 9                        | Akses jaringan komunikasi wisata religi Desa Bongo sangat memadai   | 20 | 8  | 2 | 0 | 0 |
| <b>Media</b>             |   |    |    |   |   |   |
| 10                       | Barcode yang terdapat di wisata religi Desa Bongo sangat memudahkan wisatawan untuk mendapatkan informasi terkait desa wisata | 16 | 14 | 0 | 0 | 0 |
| <b>Fasilitas</b>         |   |    |    |   |   |   |
| 11                       | Ketersediaan tempat pertemuan (aula) dapat memfasilitasi wisatawan untuk mengadakan pertemuan dalam skala kecil               | 18 | 10 | 1 | 1 | 0 |
| 12                       | Fosil kayu yang terdapat di wisata religi Desa Bongo  | 21 | 8  | 1 | 0 | 0 |

|  |                                |  |  |  |  |  |
|--|--------------------------------|--|--|--|--|--|
|  | menambah daya tarik wisatawan. |  |  |  |  |  |
|--|--------------------------------|--|--|--|--|--|

### Analisis Univariat

Analisis univariat dilakukan untuk mendeskripsikan dan melihat gambaran tentang persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata. Analisa data univariat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS (*statistical product and service solution*) dan disajikan dalam bentuk tabel.

| persepsi wisatawan |             |           |         |               |                    |
|--------------------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|                    |             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid              | Baik        | 6         | 20.0    | 20.0          | 20.0               |
|                    | sangat baik | 24        | 80.0    | 80.0          | 100.0              |
|                    | Total       | 30        | 100.0   | 100.0         |                    |

### 1. Distribusi Responden Berdasarkan Persepsi Wisatawan

Tabel. Distribusi responden berdasarkan persepsi wisatawan

| Persepsi     | (n)       | (%)        |
|--------------|-----------|------------|
| Sangat baik  | 24        | 80         |
| Baik         | 6         | 20         |
| Kurang baik  | 0         | 0          |
| <b>Total</b> | <b>30</b> | <b>100</b> |

Sumber: Olahan data primer (2022)

Berdasarkan tabel 6 diatas menunjukkan bahwa dari 30 orang responden diketahui bahwa sebanyak 24 (80%) responden memiliki persepsi yang sangat baik dan sebanyak 6 (20%) responden memiliki persepsi yang baik.

### 2. Distribusi Responden Berdasarkan Daya Tarik Wisata

| daya tarik wisata |             |           |         |               |                    |
|-------------------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|                   |             | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid             | Baik        | 2         | 6.7     | 6.7           | 6.7                |
|                   | sangat baik | 28        | 93.3    | 93.3          | 100.0              |
|                   | Total       | 30        | 100.0   | 100.0         |                    |

Tabel. Distribusi responden berdasarkan daya Tarik wisata

| Daya Tarik Wisata | (n)       | (%)        |
|-------------------|-----------|------------|
| Sangat baik       | 28        | 93.3       |
| Baik              | 2         | 6.7        |
| Kurang baik       | 0         | 0          |
| <b>Total</b>      | <b>30</b> | <b>100</b> |

Sumber: Olahan data primer (2022)

Berdasarkan tabel 7 diatas menunjukkan bahwa dari 30 orang responden diketahui bahwa sebanyak 28 (93.3%) responden memiliki daya tarik wisata yang sangat baik dan sebanyak 2 (6.7%) responden memiliki daya tarik wisata yang baik.

### Analisis Bivariat

#### Chi-Square Tests

|                                    | Value              | df | Asymp. Sig. (2-sided) | Exact Sig. (2-sided) | Exact Sig. (1-sided) | Point Probability |
|------------------------------------|--------------------|----|-----------------------|----------------------|----------------------|-------------------|
| Pearson Chi-Square                 | 8.571 <sup>a</sup> | 1  | .003                  | .034                 | .034                 |                   |
| Continuity Correction <sup>b</sup> | 4.051              | 1  | .044                  |                      |                      |                   |
| Likelihood Ratio                   | 7.058              | 1  | .008                  | .034                 | .034                 |                   |
| Fisher's Exact Test                |                    |    |                       | .034                 | .034                 |                   |
| Linear-by-Linear Association       | 8.286 <sup>c</sup> | 1  | .004                  | .034                 | .034                 | .034              |
| N of Valid Cases                   | 30                 |    |                       |                      |                      |                   |

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,40.

b. Computed only for a 2x2 table

c. The standardized statistic is 2,878.

#### persepsi wisatawan \* daya tarik wisata Crosstabulation

|                    |      | daya tarik wisata           |             | Total |        |
|--------------------|------|-----------------------------|-------------|-------|--------|
|                    |      | Baik                        | Sangat baik |       |        |
| persepsi wisatawan | Baik | Count                       | 2           | 4     | 6      |
|                    |      | Expected Count              | .4          | 5.6   | 6.0    |
|                    |      | % within persepsi wisatawan | 33.3%       | 66.7% | 100.0% |
|                    |      | Count                       | 0           | 24    | 24     |

|       |             |                             |      |        |        |
|-------|-------------|-----------------------------|------|--------|--------|
|       | sangat baik | Expected Count              | 1.6  | 22.4   | 24.0   |
|       |             | % within persepsi wisatawan | .0%  | 100.0% | 100.0% |
| Total |             | Count                       | 2    | 28     | 30     |
|       |             | Expected Count              | 2.0  | 28.0   | 30.0   |
|       |             | % within persepsi wisatawan | 6.7% | 93.3%  | 100.0% |

Tabel. Distribusi responden berdasarkan persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata

| Persepsi Wisatawan | N           | %    | P. value |      |    |     |
|--------------------|-------------|------|----------|------|----|-----|
|                    | Sangat baik | %    | Baik     | %    |    |     |
| Sangat baik        | 24          | 100  | 0        | 0    | 24 | 80  |
| Baik               | 4           | 66.7 | 2        | 33.3 | 6  | 20  |
| Kurang baik        | 0           | 0    | 0        | 0    | 0  | 0   |
| Jumlah             | 28          | 93.3 | 2        | 6.6  | 30 | 100 |

Sumber: Olahan data primer (2022)

Dari hasil uji statistik menggunakan uji *Chi Square* diperoleh nilai P-value 0,003 dimana  $< 0,05$  sebagai taraf signifikan, sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  di tolak dan dapat disimpulkan terdapat hubungan antara persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata Desa Wisata Religi Bubuhu Bongo.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan 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 Bubuhu 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 Bubuhu Bongo.

### Persepsi Wisatawan

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

Berdasarkan hasil analisis menggunakan skala *likert* mengenai persepsi wisatawan menunjukkan 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*). Serta pendapat Harahap, 2018 yang mengemukakan bahwa persepsi merupakan proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia. Melalui persepsi inilah manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungan, hubungan ini dilakukan lewat indranya yaitu indra pengelihat, pendengaran, peraba, perasa dan penciuman.

#### **Daya Tarik Wisata**

Daya tarik wisata menurut Marpaung (2002) objek dan daya tarik wisata merupakan suatu benda, kegiatan (aktivitas) dan fasilitas yang berkesimbangan sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung. Hasil analisis dari kuisioner yang dibagikan kepada 30 responden ditemukan bahwa sebanyak 28 (93.3%) responden memiliki daya tarik wisata yang sangat baik dan sebanyak 2 (6.7%) responden memiliki daya tarik wisata yang baik.

Komponen yang menjadi parameter daya tarik wisata yaitu 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 menjadi daya tarik wisata.

Hal yang menjadi daya tarik Desa Wisata Religi Bubohu Bongo yaitu pada saat perayaan maulid Nabi *Muhammad Salallahu A'laihiwasallam* yang dirangkaikan dengan perhelatan tradisi daerah setempat. Dimana pada momentum tersebut terjadi lonjakan jumlah pengunjung yang datang meramaikan dan menyaksikan festival walima yang diadakan selama dua hari.

#### **Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Religi Bubohu Bongo**

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

Sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Pendit (dalam Daniyah, 2019) wisata religi adalah salah satu jenis produk wisata yang berkaitan erat dengan religi atau keagamaan yang dianut oleh manusia. Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama, biasanya berupa tempat ibadah, makam ulama atau situs-situs kuno yang memiliki kelebihan. Kelebihan ini misalnya dilihat dari sisi sejarah, adanya mitos dan legenda mengenai tempat tersebut. Wisata religi dapat dilakukan dengan mengunjungi tempat-tempat peninggalan sejarah Islam ataupun berziarah ke makam-makam para ulama, kyai ataupun tokoh-tokoh masyarakat.

## 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 Bubohu Bongo menarik

wisatawan untuk datang berkunjung diantaranya atraksi yang disuguhkan 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

- Ajif, P. (2013). Metode Tringulasi. *Jurnal Penelitian*, 31-40. [https://eprints.uny.ac.id/18100/5/BA\\_B\\_III\\_09.10.033\\_Aji\\_p.pdf](https://eprints.uny.ac.id/18100/5/BA_B_III_09.10.033_Aji_p.pdf)
- Andajani, E., Rahayu, S., & Prihatiningrum, A. E. (2018). *Manajemen Desa Wisata* (Issue March). [http://repository.ubaya.ac.id/33846/6/Erna\\_Andajani\\_Manajemen\\_Desa\\_Wisata.pdf](http://repository.ubaya.ac.id/33846/6/Erna_Andajani_Manajemen_Desa_Wisata.pdf)
- Anggareni, M. D. (2011). *Metodologi penelitian dalam bidang kesehatan* [Universitas Andalas]. <https://onsearch.id/Author/Home?author=MOCHAMAD+RIZKY+HANFI%2C+124010173>
- Apriani, N. L., Suharsono, N., & Tripalupi, L. E. (2020). Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Daya Tarik Wisata Tenganan Pegringsingan, Kabupaten Karangasem. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 12(1), 97. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v12i1.22930>
- Aprilia, E. R. (2017). Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Fasilitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Ampenan Mataram. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 51.
- Ayuni, V. (2019). *Pengaruh tangible dan Daya Tarik Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Pantai Sari Ringgung Lampung*.
- Di, C., & Bandung, K. (2020). Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk Pastry Bakery Selama Pandemi Covid 19 Di

- Kota Bandung. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 2315–2320.
- Eka Putra, A. S. (2021). Pengaruh Kompetensi Dan Integritas Terhadap Kinerja Perangkat Desa. *JESS (Journal of Education on Social Science)*, 5(1), 24. <https://doi.org/10.24036/jess.v5i1.314>
- Hadiningtyas, F. (2020). Daya Tarik Wisata Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Melalui Persepsi Wisata Kampung Heritage Kayutangan Malang. *Undergraduate Thesis, STIE MALANGKUCECWARA*, 10, 8–12. <http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1104>
- Hermuningsih. (2016). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Metode Simulasi Online*. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/ekobis/article/viewFile/1332/1032>
- Hutasoit, J. (2020). Pengaruh Industri kepariwisataan Terhadap Daya Tarik Wisata dan Keputusan Berkunjung Ke Destinasi Wisata Provinsi Lampung. *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*, 5(2), 12–26.
- Josephine, A. (2015). Komunikasi Antarbudaya Yang Efektif. *Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW*, 2(8), 1–10.
- Khatami, H. (2022). *Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Dan Daya Tarik Wisata Pantai Senggigi, Di Kecamatan Batulayar, Kabupaten Lombok Barat*.
- Kurt, M. F. E. dan A. (2017). Religiosity, concumerism and haal torism: A study of seaside tourism organizations on. *Tourism An International Interdisciplinary Journal*, 65 No.1. <https://hrcak.srce.hr/178635>
- Kusumawardani, N. (2020). Pengaruh Citra Destinasi Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening ( Studi Pada Pendaki Gunung Prau Via Patak Banteng ). *Jurnal Ekonomi*, 1–13.
- Lagalo, A., Dai, N. F., & Sunarti, S. (2022). Persepsi Wisatawan Domestik Terhadap Kualitas Pelayanan Desa Wisata Kete Kesu Toraja Utara. *TULIP: Tulisan Ilmiah Pariwisata*, 3(1), 35–41.
- Lin, H.-H., Ling, Y., Jao-Chuan-Lin, & Liang, Z.-F. (n.d.). *Research on the Development of Religious Tourism and the Sustainable Development of Rural Environment and Health*. <https://www.mdpi.com/1660-4601/18/5/2731>
- Maiti, & Bidinger. (1981). *Wisata Religi, Masyarakat Islam, Pelestarian Tradisi Maulid, Dan Pengelolaan Wisata Religi*. 53(9), 1689–1699.
- Muharto. (2020). *Pariwisata Berkelanjutan*. Grup Penerbit CV Budi Utama.
- Nadialista Kurniawan, R. A. (2021). Pariwisata Indonesi. *Industry and Higher Education*, 3(1), 1689–1699. <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Nasution, S. (2017). Variabel Penelitian. *Raudhah*, 5(2), 1–9. <https://akatelkom-bogor.ac.id/2022/08/19/jenis-jenis-variabel-penelitian/>
- Notoadmojo. (2021). *Pengertian Teknik Pengambilan Sampel Accidental Sampling*. [https://kumparan.com/berita-terkini/pengertian-teknik-pengambilan-sampel-accidental-sampling-1vCpCboUI8b#:~:text=1.-,Notoatmodjo,yang sesuai dengan konteks penelitian.](https://kumparan.com/berita-terkini/pengertian-teknik-pengambilan-sampel-accidental-sampling-1vCpCboUI8b#:~:text=1.-,Notoatmodjo,yang%20sesuai%20dengan%20konteks%20penelitian.)
- Notoatmodjo. (2009). Metodologi penelitian dan kesehatan. *Universitas Indonesia*, 35–63.
- Pendit, D. (2005). *Definisi Wisata*. 1(1), 1–8. <http://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.127252%0Ahttp://dx.doi.org>
- Rahayu, T. U., Rijal, A. S., & Taslim, I. (2020). PENGEMBANGAN POTENSI WISATA ALAM SECARA SPASIAL DESA BONGO KECAMATAN BATUDAA PANTAI KABUPATEN GORONTALO (Spatial Natural Tourism Potential Development of Bongo District of Batudaa Pantai



- Gorontalo Regency). *Jurnal Sains Informasi Geografis*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.31314/jsig.v3i1.347>
- Rohman. (2016). *Wisata Religi*. 1–23.
- Sinaga, D. (2008). *Buku Ajar Statistika Dasar*.
- Sri Sunarti, D. T. (2021). Eksistensi Desa Wisata Religi Bongo di Masa Pandemic Covid19 Menuju Desa Wisata Terbaik Nasional. *Tulisan Ilmiah Pariwisata*, 4(2), 65–70. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31314/tulip.4.2.65-70.2021>
- Sulistiowati, I. (2022). *Persepsi Wisatawan Terhadap Kualitas Sarana Dan Prasarana Pada Kawasan Objek Wisata Pantai Jungwok Kab Gunung Kidul Yogyakarta*. [http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/25390%0Ahttp://repository.unissula.ac.id/25390/1/31201800023\\_fullpdf.pdf](http://repository.unissula.ac.id/id/eprint/25390%0Ahttp://repository.unissula.ac.id/25390/1/31201800023_fullpdf.pdf)
- Tatik, S. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.
- Walgito. (2013). *Konsep Dasar Tentang Persepsi Secara Umum* (Vol. 53, Issue 9). <http://eprints.uny.ac.id/9686/3/bab2.pdf>
- Wiradiputra, F. A., & Brahmanto, E. (2016). Analisis Persepsi Wisatawan Mengenai Penurunan Kualitas Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung. *Pariwisata, III, No.2(2)*, 129-137 ISSN: 2355-6587.
- Wolah, F. F. C. (2019). Peranan promosi dalam meningkatkan kunjungan. *Acta Diurna*, 5(2), 1–11.
- Yona Amalia. (2016). *Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Pengelolaan Repong Damar Berkelanjutan Di Pekon Kota Batu Kecamatan Ngaras Kabupaten Pesisir Barat*.
- Zahed Ghaderi and Joan C. Henderson. (2012). Sustainable rural tourism in Iran: A perspective from Hawraman Village. *Tourism Management Perspektif*, 2–3, 47–54. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973612000256>