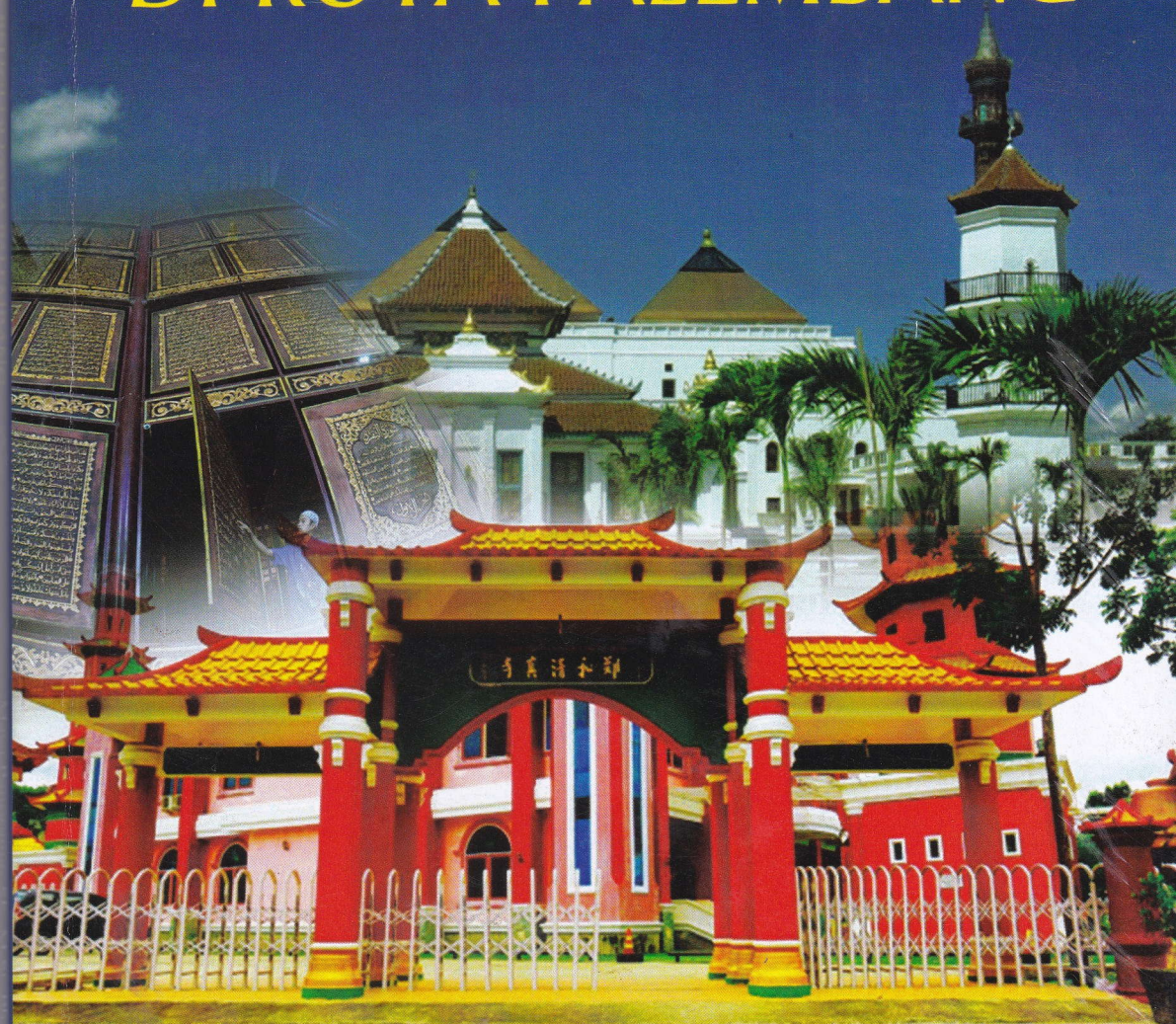


Maya Panorama, SE, M.Si, Ph.D

# POTENSI EKONOMI WISATA RELIGI DI KOTA PALEMBANG





**Dilarang memperbanyak, mencetak atau menerbitkan  
sebagian maupun seluruh buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit**

Ketentuan Pidana

Kutipan Pasal 72 Undang-undang Republik Indonesia

Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau hak terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

---

**POTENSI EKONOMI WISATA RELIGI  
DI KOTA PALEMBANG**

---

Penulis : Maya Panorama, SE, M.Si, Ph.D

Layout : Tim Noerfikri

Desain Cover : Haryono

**Diterbitkan Oleh:**

Rafah Press bekerja sama dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian  
Kepada Masyarakat UIN RF Palembang

Perpustakaan Nasional Katalog dalam Terbitan (KDT) Anggota IKAPI

Dicetak oleh:

**CV.Amanah**

Jl. KH. Mayor Mahidin No. 142

Telp/Fax : 366 625

Palembang – Indonesia 30126

E-mail : [noerfikri@gmail.com](mailto:noerfikri@gmail.com)

Cetakan I: Oktober 2017

Hak Cipta dilindungi undang-undang pada penulis

All right reserved

ISBN : 978-602-5471-22-3

# POTENSI EKONOMI WISAT RELIGI DI KOTA PALEMBANG

## POTENSI EKONOMI WISAT RELIGI DI KOTA PALEMBANG

Ketua LP2M UIN Raden Fatah, Ibu Dr. Sepriveni  
Penulis : Maya Panorama, SE, M.Si, Ph.D.  
Ketua Lembaga Penelitian UIN Raden Fatah

**Maya Panorama, SE, M.Si, Ph.D**

Palembang - Indonesia 30126  
E-mail : [norlizi@gmail.com](mailto:norlizi@gmail.com)

RAFAHpress  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG

**Dilarang memperbanyak, mencetak atau menerbitkan  
sebagian maupun seluruh buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit**

Ketentuan Pidana

Kutipan Pasal 72 Undang-undang Republik Indonesia

Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000,00 (lima juta rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau hak terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

---

**POTENSI EKONOMI WISATA RELIGI  
DI KOTA PALEMBANG**

---

Penulis : Maya Panorama, SE, M.Si, Ph.D

Layout : Tim Noerfikri

Desain Cover : Haryono

**Diterbitkan Oleh:**

Rafah Press bekerja sama dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian  
Kepada Masyarakat UIN RF Palembang  
Perpustakaan Nasional Katalog dalam Terbitan (KDT) Anggota IKAPI

Dicetak oleh:

**CV.Amanah**

Jl. KH. Mayor Mahidin No. 142

Telp/Fax : 366 625

Palembang – Indonesia 30126

E-mail : [noerfikri@gmail.com](mailto:noerfikri@gmail.com)

Cetakan I: Oktober 2017

Hak Cipta dilindungi undang-undang pada penulis

All right reserved

ISBN : 978-602-5471-22-3



## UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillahirrobbilalamin,

Tidak lupa penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT. Pada akhirnya buku ini dapat diselesaikan dengan masih menyisakan banyak ketidaksempurnaan. Penulis sangat sadar ada banyak pihak yang telah membantu penulis dalam membuat buku ini, untuk itu penulis ucapkan terimakasih sebesar besarnya kepada:

1. DIKTIS Kementerian Agama
2. Ketua LP2M UIN Raden Fatah, ibu Dr. Sepriyeni
3. Ketua Lembaga Penelitian UIN Raden Fatah, bapak Dr. Nouval
4. Para Enumerator yang telah membantu penulis untuk observasi, wawancara dan menyebarkan kuesioner.
5. Sarah dan Fitri yang telah membantu melakukan editing
6. Dan pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu

Penulis persembahkan buku ini untuk ketiga anakku: Muh. Al Farobi; Muh. Al Maraghy dan Maisya Fakhriya yang selalu menjadi mesin semangat untuk terus berkarya. Kalian lah amal bunda yang tidak akan pernah putus, anak-anakku yang saleh.



## ABSTRAK

Kota Palembang terkenal dengan kota dagang dan kota wisata kuliner. Namun potensi lain dari Kota Palembang adalah wisata religi seperti wisata Mesjid Ki Merogan dan Wisata Pulau Kemaro. Kedua objek wisata ini sudah mulai terkenal di dunia pariwisata namun masih perlu pengembangan untuk lebih menarik wisatawan. Penelitian ini mengidentifikasi bagaimana persepsi wisatawan terhadap objek wisata ini dan melihat potensi serta memberikan strategi pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan. Menggunakan 400 orang sampel yang terdiri dari wisatawan yang pernah mengunjungi objek wisata Ki Merogan dan Pulau Kemaro dengan cara accidental. Teknik analisis kualitatif eksploratif untuk mengungkapkan potensi yang ada di kedua objek wisata tersebut. Hasil penelitian menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa objek wisata Ki Merogan berada pada kuadran I yang berarti dalam posisi tumbuh dan membangun/ growth dan agresif. Sementara untuk objek wisata Pulau Kemaro berada pada kuadran IV yang berarti dalam posisi diversifikasi/ kompetitif. Berdasarkan persepsi wisatawan, bahwa kedua objek masih harus di kelola dengan professional sehingga wisatawan bisa betah untuk berlama-lama di lokasi objek. Strategi pengembangan yang cocok untuk kedua objek wisata ini adalah menambah atraksi wisata dan menambah infrastruktur wisata seperti rumah makan, vila, toilet yang nyaman. Mengajak masyarakat untuk ikut serta dalam pengembangan wisata kedua objek ini. Manajemen wisata juga harus dikelola dengan lebih professional sehingga mampu menghasilkan profit.

Keywords: Pariwisata, Wisata Religi, SWOT, Community Tourism, Tourist Attraction



## ABSTRACT

Palembang as a city that famous as commercial city and culinary tour city. But other potentials of Palembang City are religious tourism such as Ki Merogan Mosque tour and Kemaro Island Tour. Both of these attractions are already famous in the world of tourism but still need development to attract more tourists. This study identifies how the perception of tourists to this attraction and see the potential and provide development strategies in accordance with the needs and desires of tourists. Using 400 sample people consisting of tourists who have visited Ki Merogan and Kemaro Island tourism by accidental sampling. Techniques use by explorative qualitative analysis to reveal the potential that exists in both attractions. The result of the research using SWOT analysis shows that Ki Merogan tourism object is in quadrant I which means in growing and developing /aggressive position. Meanwhile, Kemaro Island is in quadrant IV which means in the position of diversification /competitive. Based on the perception of tourists, that both objects still have to be managed by professional agent so that tourists can feel the hospitality and stay longer in the location of tourism. Development strategy that is suitable for both attractions such us increase tourist attractions and addition on tourist infrastructure such as restaurants, villas, comfort toilets, manage community tourism in develop the attractions. Tourism management must also be managed more professionally to generate profit.

Keywords: Tourism, Religious Tourism, SWOT, Community Tourism, Tourist Attraction



## DAFTAR ISI

|   |    |
|---|----|
| HALAMAN JUDUL .....   | i  |
| PENGANTAR PENULIS .....   | ii |
| UCAPAN TERIMAKASIH .....  | iv |
| ABSTRAK .....   | v  |
| DAFTAR ISI .....  | vi |
| <br>  |    |
| BAB I. PENDAHULUAN .....  | 1  |
| 1.1.Latar belakang masalah .....  | 1  |
| 1.2. Permasalahan penelitian .....  | 7  |
| 1.3. Tujuan penelitian .....  | 7  |
| 1.4. Kajian pustaka .....   | 7  |
| 1.5. Landasan teori .....   | 9  |
| 1.6. Kerangka konseptual .....  | 15 |
| 1.7. Metode penelitian .....  | 16 |
| <br>  |    |
| BAB II. WISATA RELIGI MASJID KI MEROGAN DAN<br>PULAU KEMARO.....                    | 21 |
| 2.1. Wisata Religi Masjid Ki Merogan .....  | 21 |
| 2.2. Wisata Religi Pulau Kemaro .....   | 26 |
| 2.3. Website Travel Tentang Wisata Ki Merogan Dan Pulau<br>Kemaro.....              | 31 |
| 2.3.1. Website Travel Tentang Wisata Ki Merogan .....                               | 31 |
| 2.3.2. Website Travel Tentang Wisata Pulau Kemaro.....                              | 36 |
| <br>  |    |
| BAB III. ANALISIS SWOT PADA WISATA RELIGI<br>MESJID KI MEROGAN DAN PULAU KEMARO ... | 61 |
| 3.1. Analisis SWOT Objek Wisata Mesjid Ki Merogan .....                             | 62 |

|  |     |
|--|-----|
| 3.2. Analisis SWOT Objek Wisata Pulau Kemaro .....       | 70  |
| BAB IV. STRATEGI MANAJEMEN PADA WISATA                   |     |
| RELIGI MESJID KI MEROGAN DAN PULAU                       |     |
| KEMARO .....   | 85  |
| 4.1. Strategi Manajemen Wisata Ki Merogan .....          | 103 |
| 4.2. Strategi Manajemen Wisata Pulau Kemaro .....        | 105 |
| BAB V. PERSEPSI WISATAWAN PADA WISATA RELIGI             |     |
| MESJID KI MEROGAN DAN PULAU                              |     |
| KEMARO.....  | 109 |
| 5.1. Persepsi Wisatawan pada Wisata Ki Merogan dan Pulau |     |
| Kemaro .....   | 109 |
| 5.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan melakukan |     |
| kunjungan pada Mesjid Ki Merogan dan Pulau               |     |
| Kemaro.....  | 156 |
| BAB VI. PENUTUP .....                                    | 160 |



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar belakang masalah

Sektor pariwisata terkadang dianggap sebagai suatu sektor yang tidak terlalu penting, tidak terlalu memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi bahkan sering diabaikan. Terlebih ketika suatu wilayah pendapatan utama daerahnya berasal dari bukan sektor pariwisata, maka sektor pariwisata hanya menjadi pelengkap saja dalam pembangunan daerah.

Pemerintah harus mampu mengambil langkah-langkah nyata guna mengoptimalkan akselerasi kebudayaan dan pariwisata nasional dalam upaya menyejahterakan masyarakat, membuka lapangan kerja, memberantas kemiskinan dan pemeratakan pembangunan. Hal ini tertuang dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 16 tahun 2005 tentang Kebijakan Pembangunan Kebudayaan Dan Pariwisata.

Banyak permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam pembangunan sector pariwisata. Permasalahan pertama yang terjadi pada otonomi daerah, dimana pembangunan sektor pariwisata hanya secara parsial. Masing-masing daerah mengembangkan sektor pariwisatanya tanpa melakukan koordinasi ataupun melakukan sinergi dengan daerah sekitarnya. Sebagian daerah cenderung meningkatkan persaingan antar daerah yang akan berdampak pada buruknya kualitas produk pariwisata. Permasalahan kedua adalah kondisi pengembangan pariwisata Indonesia yang hanya terfokus pada daerah tujuan wisata utama tertentu saja, walaupun daerah-daerah lain diyakini memiliki keragaman potensi kepariwisataan. Terpusatnya kegiatan pariwisata ini mengakibatkan tidak meratanya pembangunan pariwisata daerah-daerah lain yang memang tidak/ kurang tertata.

Manajemen pariwisata masih belum dikelola dengan maksimal. Banyak kekhasan dan keunikan atraksi dan aktivitas wisata masih belum dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan dalam negeri maupun wisatawan mancanegara. Faktor penyebab kurang tertariknya wisatawan dikarenakan produk wisata yang ditawarkan tidak dikemas dengan baik dan menarik. Produk wisata masih terbatas, kaku dan

belum digarap dengan baik dan kreatif. Permasalahan ketiga muncul dikarenakan kondisi daerah yang berbeda baik dari potensi wisata alam, ekonomi, adat budaya, mata pencaharian, kependudukan, social, lingkungan dan polusi dan lain sebagainya sehingga harus berbeda pula dalam pengelolaan pariwisatanya baik dari segi cara atau metode, prioritas, maupun persiapan. Proses mengelola pola pengembangan ini membutuhkan peran aktif dari semua pihak pemerintah, masyarakat pada umumnya dan pelaku pariwisata pada khususnya agar sifatnya integratif, komprehensif dan sinergis.

Permasalahan keempat adalah daya tarik wisata Indonesia yang sangat banyak, beragam dan potensial menjadi tujuan wisata regional maupun internasional. Namun, daerah wisata alam, budaya tersebut belum dikelola dan dikemas dengan baik, belum di kelola professional hal ini menyebabkan rendahnya mutu pelayanan yang berikan dan pemahaman tentang deskripsi budaya belum lengkap atau belum adanya citra atau brand yang kuat yang membuat wisatawan tertarik dan selalu ingat untuk datang mengunjungi dan mengulangi kunjungannya.

Menurut Chafid Fandell (1995:59), objek wisata merupakan sebuah perwujudan dari ciptaan manusia, yang bisa berupa etika dan norma hidup, seni budaya, serta sejarah tempat atau keadaan yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Dalam mengembangkan suatu objek wisata harus tetap fokus dalam memperhatikan terpeliharanya kebudayaan dan kelestarian budaya daerah tersebut. Untuk industri pariwisata kegiatan pengembangan wisata sudah semestinya diarahkan sehingga dapat memberikan atau mempersiapkan tempat bagi pengunjung supaya dapat menikmati objek wisata tersebut dengan puas. (Shalah Wahab, 1989 : 337)

Berdasarkan Undang-Undang No 9 tahun 1990, disebutkan bahwa keadaan alam, flora dan Fauna, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, peninggalan sejarah, serta seni dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam pancasila dan Pembukaan Undang-Undang dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.



Di Sumatera Selatan, khususnya di Kota Palembang terdapat berbagai situs peninggalan monumen masa lalu yang memiliki nilai tinggi, yang merupakan artefak memiliki peran vital sebagai area fungsional juga sebagai kawasan yang memiliki fungsi konservasi sebagai *Traditional historic district*. Sebagai kota yang terkenal menjadi sejarah kejayaan kerajaan terbesar di Indonesia, Sriwijaya tentu Palembang kaya akan wisata situs.

Menurut Kasnowihardjo, (2001:40), sumberdaya arkeologi, situs, museum dapat pula dimanfaatkan sebagai objek wisata budaya bahkan untuk objek-objek yang masih berfungsi seperti fungsi semula terutama pura, gereja, dan masjid dapat dikembangkan sebagai objek wisata religious. Keberadaan kawasan wisata semacam ini, sebagian besar belum tertata secara baik, hal ini diperburuk dengan lemahnya pengendalian pembangunan dan kehadiran investasi baru yang terlalu berorientasi ekonomi tidak/ kurang memperhatikan masalah konservasi dan preservasi lingkungan dan budaya yang mempunyai nilai tinggi.

Sebagaimana kita ketahui bahwa, di Kota Palembang, pertumbuhan dan perkembangan kebudayaan Melayu Islam dipengaruhi oleh akulturasi dengan kebudayaan setempat (Melayu Palembang) dan inkulturasi dengan budaya luar (Arab dan Cina). Bergabungnya Islam melalui jalan budaya, dan berlangsung merata di kalangan masyarakat, membuat proses asimilasi yang berlangsung mampu meresap ke dalam jiwa dan memberi nafas pada para pemeluknya.

Jumlah destinasi dan potensi wisata kota Palembang data dari Dinas pariwisata kota Palembang Tahun 2017.

| No | INDIKATOR  | NILAI DATA   |
|----|--|--|
|    | Jumlah lokasi daya tarik kawasan strategis dan destinsi pariwisata yang ditetapkan oleh Menteri sebagai kawasan, destinasi dand aya tarik wisata Kota Palembang; | Berdasarkan PP No. 50 Tahun 2011 Tentang RIPPARNAS Tahun 2010 – 2025, Daya Tarik Wisata terdiri Dari :<br>1. Daya Tarik Wisata Alam<br>2. Daya Tarik Wisata Sejarah Budaya |

## **BAB II.**

### **WISATA RELIGI MASJID KI MEROGAN DAN PULAU KEMARO**

Secara umum di masyarakat, kebudayaan sering diartikan sebagai sesuatu yang terkait erat dengan seni, seperti seni musik, seni tari, seni membatik, seni pahat, dan lain-lain. Namun menurut Prof. Koentjaraningrat, makna kebudayaan dapat dipahami dengan lebih luas lagi. Menurut beliau, kebudayaan adalah sebuah sistem gagasan, tindakan dan hasil karya yang dihasilkan dalam rangka kehidupan manusia dan dijadikan hak milik manusia melalui proses belajar. Kebudayaan meliputi semua aspek kehidupan manusia. Tujuan awal dari adanya kebudayaan adalah untuk mendukung kehidupan manusia. Seperti misalnya cara berpakaian yang merupakan bagian dari kebudayaan, disesuaikan manusia dengan alam sekitar. Misal, penduduk iklim tropis yang menggunakan pakaian dengan bahan relative tipis akan berbeda dengan masyarakat yang hidup di empat musim seperti Eropa. Kebudayaan tidak dapat diturunkan secara genetis. Kebudayaan memerlukan proses belajar dan penyerapan kebudayaan dari masyarakat kepada individu. Budaya tersebar melalui proses difusi, asimilasi dan akulturasi. Difusi budaya merupakan penyebaran budaya dari suatu tempat ke tempat lain.

#### **2.1. Wisata Religi Masjid Ki Merogan**

Salah satu destinasi wisata religi yang wajib disinggahi saat berkunjung ke Palembang adalah Masjid Ki Muaro Ogan di di Jalan Kiai Merogan, Kelurahan I Ulu, Kecamatan Kertapati, Palembang. Masjid ini termasuk satu di antara beberapa masjid yang ditetapkan pemerintah sebagai cagar budaya, karena nilai sejarahnya. Termasuk Masjid Agung Sultan Mahmud Badaruddin II di Jalan Jenderal Sudirman, Kelurahan 19 Ilir, Kecamatan Ilir Barat I, Palembang. Juga Masjid Besar Al Mahmudiyah atau lebih populer dengan sebutan Masjid Suro di Jalan Ki Gede Ing Suro, Kelurahan 30 Ilir, Kecamatan Ilir Barat II, Palembang.

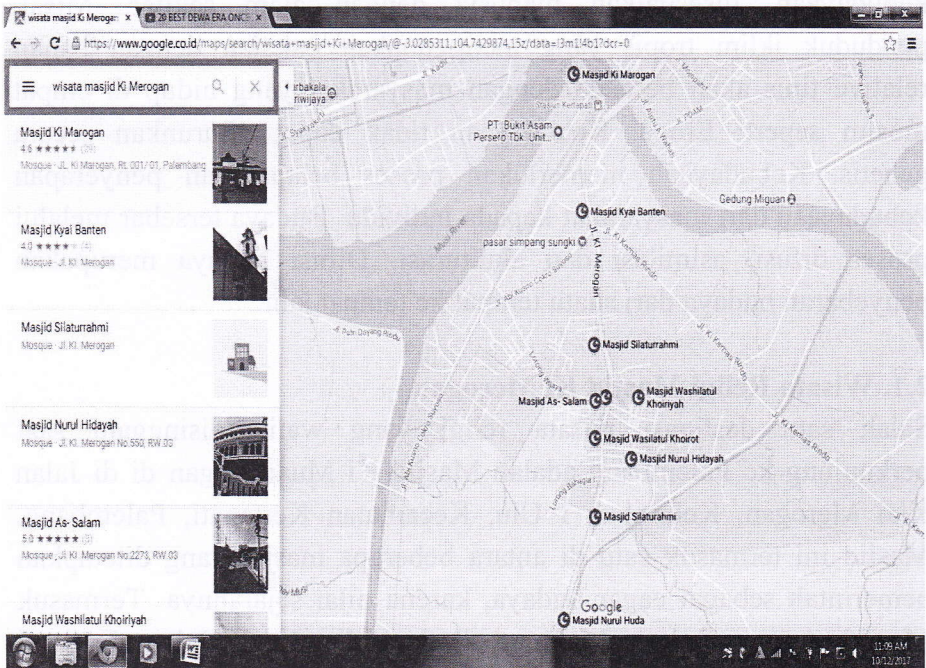




Masjid Kiai Muara Ogan Palembang.  
Sumber: (Sriwijaya Post/Yandi Triansyah)

### *Lokasi Masjid Ki Merogan*

Dalam google maps, tertera lokasi/ peta Masjid Ki Merogan, seperti dibawah ini:



### *Sejarah Masjid Ki Merogan*

Nama lengkap Kiai Merogan adalah *Masagus H. Abdul Hamid bin Masagus H. Mahmud*. Namun bagi masyarakat Palembang, julukan “Kiai Merogan” lebih terkenal dan lebih gampang diingat. Nama



Panggilan Kiai Merogan berasal dari lokasi masjid dan makamnya yang terletak di Muara sungai Ogan, anak sungai Musi, Kertapati Palembang. Mengenai waktu kelahirannya, tidak ditemukan catatan yang pasti. Pada dasarnya Ki Muara Ogan adalah julukan untuk Kiai yang bernama lengkap Masagus Haji Abdul Hamid bin Mahmud. Namun di kalangan masyarakat Palembang, sebutan Ki Muara Ogan lebih sering disebut Ki Merogan atau Kain Merogan. Nama Kiai Merogan sangat terkenal di kalangan masyarakat Palembang. Bahkan, saking populernya nama jalan, mulai dari simpang empat Musi II hingga Kertapati diberi nama Kiai Merogan. Sumber berita kelahiran Kiai Merogan masih beragam, sekitar tahun 1802 - 1811. Namun menurut sumber lisan dari zuriatnya, dan dihitung dari tahun wafatnya dalam usia 89 tahun, maka yang tepat adalah ia lahir tahun 1802, dan meninggal dunia pada 17 Rajab 1319 H yang bertepatan dengan 31 Oktober 1901. Sultan Palembang memiliki garis keturunan dari Wali Songo—melalui Sunan Giri Ainul Yakin—dan merupakan keturunan Nabi Muhammad saw melalui jalur Husein, cucu Nabi Muhammad saw. Ayah keturunan priyayi atau ningrat bernama Masagus H. Mahmud alias Kanang dan ibu keturunan Cina bernama Perawati. Berdasarkan hasil keputusan Mahkamah Agama Saudi Arabia, silsilah keturunan Masagus H. Mahmud berasal dari sultan-sultan Palembang yang bernama susuhunan Abdurrahman Candi Walang. Adik bernama Masagus KH. Abdul Aziz dikenal dengan Kiai Mudo. Kiai Merogan dikenal sebagai pengusaha sukses dan tahun 1871 M mendirikan masjid di lokasi pertemuan antara Sungai Musi dan Sungai Ogan atau di lingkungan masyarakat setempat disebut muara. Pertama kali dikenal dengan nama Masjid Jami Kiai Abdul Hamid bin Mahmud. Lama kelamaan disebut Masjid Kiai Muara Ogan kemudian berubah menjadi Merogan.

Pada mulanya, masjid ini digunakan sebagai tempat salat dan belajar mengaji bagi masyarakat di sekitar Kampung Karang Berahi, Kertapati Palembang. Sebagai ulama, Kiai Merogan banyak memiliki murid, termasuk Kiai Kemas Haji Abdurrahman Delamat (Kiai Delamat) pendiri Masjid Al Mahmudiyah Suro 32 Ilir Palembang. Kemudian



masjid tersebut diwakafkan pada tanggal 6 Syawal 1310 H atau bertepatan dengan 23 April 1989 H. Setelah itu masjid ini digunakan sebagai tempat Shalat Jumat dan ibadah-ibadah lain pada umumnya. Pada tahun 1969 dibentuklah sebuah yayasan dengan nama Yayasan Masjid Kiai Merogan. Pengurus yayasan mengajukan permohonan kepada pemerintah untuk mengatasi tanah longsor. Pada 1980 Presiden Soeharto memberikan santunan sebesar Rp 10 juta untuk menanggulangi longsor. Kiai Merogan meninggal pada 31 Oktober 1901 dan dimakamkan tepat disamping masjid Ki Merogan. Makamnya saat ini termasuk salah satu peninggalan arkeologi di Palembang. Banyak peziarah yang datang bukan saja berasal dari Palembang, tetapi juga dari kota lainnya seperti Jambi, Bengkulu, Lampung bahkan Jawa dan sekitarnya.

#### *Arsitektur Masjid Ki Merogan*

Sebagai masjid kedua yang dibangun di Palembang, setelah Masjid Agung, arsitektur Masjid Ki Merogan sangat mirip dengan Masjid Agung. Arsitektur ini menunjukkan berbagai budaya yang berkembang di masyarakat Palembang waktu itu, yaitu perpaduan antara Melayu dan timur dengan ciri keterbukaan. Beberapa ahli mengatakan arsitektur Masjid menunjukkan perpaduan kebudayaan Islam, Cina, Arab dan India. Masjid Kiai Merogan sendiri pernah beberapa kali direnovasi, diantaranya tahun 1950. Mustaka atau limas teratas yang berbentuk segi empat diganti dengan kubah bulat terbuat dari seng, sementara bagian depan di dak dan dicor beton. Renovasi kedua dilakukan pada tahun 1989 dengan meninggikan plafonnya dan kubah dari seng dikembalikan seperti semula berbentuk limas. Lantainya juga diganti dengan keramik, pintu jendela diganti dengan yang baru, namun tidak merubah unsur aslinya. Luas masjid ketika pertama kali dibangun berukuran 25m x 20m. Saat ini telah menjadi lebih luas 50m x 40m. Mampu menampung sebanyak 1.500 jemaah. Tahun 2003 ketika seluruh wilayah Kota Palembang dilanda banjir, Masjid Ki Merogan yang terletak di pinggir Sungai Musi dan Sungai Ogan, tidak kebanjiran.

Terdapat sebuah prasasti yang ditulis pada tanggal Syawal 1430 H dengan tulisan "Nuzar Nujal Lillahi Ta'alai" yang menjadi penanda

bahwa, Masjid Kiai Merogan pada masa Kesultanan Palembang Darussalam memiliki peran penting dalam berbagai kegiatan keagamaan dan kehidupan sosial masyarakat Palembang.

#### *Akses Menuju Masjid Ki Merogan*

Ada dua alternatif menuju Masjid Ki Merogan. Alternatif pertama dari jalur darat, menggunakan bus kota jurusan Kertapati. Alternatif kedua, melalui jalur sungai, jika ingin mendapatkan sensasi keindahan sungai Musi menyeberang menggunakan perahu getek dari Dermaga Benteng Kuto Besak (BKB) Palembang.

#### *Legends of the Saints*

Kiai Merogan dapat dipandang sebagai sejarah kolektif (*folk history*). Cerita-cerita orang-orang suci (*legends of the saints*) dapat terus hidup di tengah masyarakat pendukungnya. Cerita-cerita mengenai kemujizatan, wahyu, permintaan melalui sembahyang, kaul yang terkabul, dan lain-lain dapat kita peroleh melalui pewarisan lisan dari waktu ke waktu.

Cerita-cerita ini jika mampu dikemas dengan baik bias menjadi sebuah cerita yang dapat ditawarkan kepada wisatawan yang berkunjung ke lokasi Masjid. Selain itu, sebagai masjid perpaduan berbagai budaya, banyak warga keturunan Tionghoa yang beragama Islam dan berguru kepada beliau.

Masjid ini pula merupakan saksi perjalanan Kesultanan Palembang Darussalam berikut kebudayaan yang mempengaruhinya. Ki Merogan merupakan pedagang yang sukses berbisnis di bidang saw-mill atau perkayuan. Ia memiliki dua buah pabrik penggergajian kayu. Beliau juga merupakan alim ulama yang senantiasa mengajarkan zikir kepada pengikutnya dengan cara yang cukup unik. Ki Merogan pergi dan pulang dari aktivitas sehari-harinya mengayuh perahu bersama pengikutnya sambil bersama-sama menyenandungkan zikir secara berulang-ulang. Sehingga penduduk sekitar tahu kalau Ki Merogan sedang lewat.

Adapun zikir yang biasa disenandungkan Ki Merogan bersama murid muridnya yaitu:

“*La ilaha Illallahul Malikul Haqqul Mubin Muhammadur  
Rasulullah Shadiqul Wa’dul Amin*”, yang artinya “Tiada Tuhan



### BAB III

## ANALISIS SWOT PADA WISATA RELIGI MESJID KI MEROGAN DAN PULAU KEMARO

Palembang sekarang telah menjadi kota metropolis. Pembangunannya lebih mengarah pada aspek ekonomi, sehingga perhatian kepada aspek-aspek lain kurang memadai. Diversitas kultural yang seharusnya menjadi identitas Kota Palembang kian memudar. Untuk itu dibutuhkan kepedulian melalui upaya pelestarian nilai yang terdapat di kota ini, khususnya pelestarian lansekap artefak kultural sepanjang koridor Sungai Musi yang sarat nilai sejarah kota ini.

Adapun jenis-jenis pariwisata tersebut secara garis besar antara lain:

#### **1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*)**

Perjalanan wisata yang dilakukan untuk oleh wisatawan untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk mengetahui kehendak keingintahuannya, untuk mengendorkan ketegangan sarafnya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati keindahan alam, mendapatkan kedamaian dan ketenangan di daerah luar kota, atau bahkan sebaliknya untuk menikmati hiburan-hiburan kota besar.

#### **2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*)**

Dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, menyegarkan keletihan dan kelelahannya.

#### **3. Pariwisata untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*)**

Jenis ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi untuk mempelajari adatistiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat Negara lain.

#### **4. Pariwisata untuk urusan dagang (*Business Tourism*)**

Perjalanan yang ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan pelakunya pilihan daerah tujuan maupun waktu perjalanan. Pada dasarnya setiap daerah mempunyai potensi wisata yang dapat dijadikan sebagai sumber atau jenis pariwisata untuk menarik minat para pengunjung or wisatawan.

Table 1: SWOT analysis of tourist destination Gornje Međimurje

|  |  |
|--|--|
| <p><b>STRENGTHS (S):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• natural beauties (wine-growing hills, the rivers Mura and Drava, low-laying parts)</li> <li>• geographic position (proximity of towns and adjacent countries)</li> <li>• cultural-historic heritage (churches and chapels, several curiae and courts)</li> <li>• preserved environment</li> </ul>  | <p><b>WEAKNESSES (W):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• not satisfying choice of qualitative contents and diverse services</li> <li>• shortage of professional management</li> <li>• capacities and their availability</li> </ul> |
| <p><b>OPPORTUNITIES (O):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• growing interest for continental tourism</li> <li>• growth of demand for autochthonic products</li> <li>• natural prerequisites (thermal water springs) for the development of wellness programs and health tourism<sup>ii</sup></li> <li>• potential for building sports infrastructure (golf courses, tennis courts, football fields, bicycle tracks)</li> </ul> | <p><b>THREATS (T):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• intense growth and development of international competition</li> <li>• possible stagnation of demand for tourism due to global economic crisis</li> </ul>                    |

### 3.1. Analisis SWOT Objek Wisata Masjid Ki Merogan

Analisis SWOT objek wisata adalah sebagai berikut:

#### Faktor Kekuatan

| Faktor Strategi Internal Kekuatan  |
|--|
| kawasan Ki Merogan sangat memiliki kultur atau kebudayaan yang sangat tinggi untuk dijadikan lokasi wisata religi. |
| kelebihannya berada dipinggir sungai sehingga cukup unik   |
| merupakan salah satu objek wisata baru   |
| Haul Kiai Muara Ogan resmi masuk agenda kegiatan Pemerintah Kota (Pemkot) Palembang dalam lima tahun terakhir.     |
| saat ini masjid Ki Marogan sudah ditetapkan sebagai cagar budaya oleh pemerintah                                   |



## Faktor Kelemahan

### **Faktor Strategi Internal Kelemahan**

renovasi arsitektur kurang begitu baik

banyak barang peninggalan ki merogan rusak dan hilang

belum cukup infrastruktur untuk menjamu wisatawan

## Faktor Peluang

### **Faktor Strategi Eksternal Peluang**

Kota Palembang memiliki potensi luar biasa karena merupakan salah satu kota tertua di Indonesia dan memiliki beragam wisata, seperti kuliner, belanja, religi, sejarah dan alam

penduduk sebagian besar umat islam

pemerintah sudah menjadikan mesjid ki merogan sebagai peninggalan arkeologi

menyambut ASEAN GAMES 2018 akan banyak pengunjung

P 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS), Kota Palembang dan Pagaralam masuk dalam Kawasan Strategis Pariwisata Nasional dan Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional.

## Faktor Ancaman

### **Faktor Strategi Eksternal Ancaman**

Kampung Ki Merogan berdekatan dengan stockpile batubara yang membuat udara tidak sejuk meskipun berada di pinggiran Sungai Musi.

Akses jalan menuju lokasi terkadang macet





|      |  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |
|------|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
| alam | penduduk sebagian besar umat islam   | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 |  |
|      | keamanan cukup baik  | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |  |
|      | pesatnya pembangunan sumsel  | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 |  |
|      | pemerintah sudah menjadikan mesjid ki merogan sebagai peninggalan arkeologi  | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 |  |
|      | menyambut ASEAN GAMES 2018 akan banyak pengunjung  | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 |  |
|      | P 50 Tahun 2011 tentang Rencanan Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS), Kota Palembang dan Pagaram masuk dalam Kawasan Strategis Pariwisata Nasional dan Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional. | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |  |
|      | sedikt sekali investor yang berminat mengelola wisata ini  | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |  |
|      | Kampung Ki Merogan berdekatan dengan stockpile batubara yang   | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 |  |
|      | ANCAMAN  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |  |

|  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| membuat udara tidak sejuk meskipun berada di pinggirian Sungai Musi. |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| pesatnya pembangunan sumsel  | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Akses jalan menuju lokasi terkadang macet                            | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| kesamaan potensi wisata dengan daerah terdekat                       | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |

keterangan; 1 = tidak terkait; 2 =  
terkait; 3 = sangat terkait



## BAB IV

### STRATEGI MANAJEMEN PADA WISATA RELIGI MESJID KI MEROGAN DAN PULAU KEMARO

Menurut Yoeti (2008:8) pariwisata harus memenuhi empat kriteria di bawah ini, yaitu:

- 1) perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain, perjalanan dilakukan di luar tempat kediaman di mana orang itu biasanya tinggal;
- 2) tujuan perjalanan dilakukan semata-mata untuk bersenang-senang, tanpa mencari nafkah di negara, kota atau DTW yang dikunjungi.
- 3) Dana yang dibelanjakan wisatawan tersebut dibawa dari tempat asalnya, di mana dia bisa tinggal atau berdiam, dan bukan diperoleh karena hasil usaha selama dalam perjalanan wisata yang dilakukan; dan
- 4) perjalanan dilakukan minimal 24 jam atau lebih.

Dalam mengembangkan sebuah objek pariwisata baik pengembangan destinasi, kawasan pariwisata, maupun obyek daya tarik wisata biasanya mengikuti alur atau siklus hidup pariwisata. Tujuannya adalah untuk menentukan posisi pariwisata yang akan dikembangkan. Tahapan pengembangan pariwisata (*tourism life cycle*) mengacu pada pendapat Butler (1980) yang dikutip oleh Cooper and Jackson (1997). Adapun tahapannya terdiri dari:

1. Tahap **eksplorasi (*exploration*)** yang berhubungan dengan *discovery* yaitu suatu tempat sebagai potensi wisata baru ditemukan baik oleh wisatawan, pelaku pariwisata, maupun pemerintah. Biasanya jumlah pengunjung sedikit wisatawan tertarik pada daerah yang belum tercemar dan sepi, lokasinya sulit dicapai namun diminati oleh sejumlah kecil wisatawan yang justru menjadi berminat karena belum ramai dikunjungi. Lokasi seperti ini cocok bagi wisatawan yang menyukai virgin island, ketenangan yang keluar dari kebisingan hari-hari kerja.
2. Tahap **keterlibatan (*involvement*)** yang diikuti oleh kontrol lokal (*local control*), dimana biasanya oleh masyarakat lokal. Pada tahapan ini terdapat inisiatif dari masyarakat lokal, obyek wisata

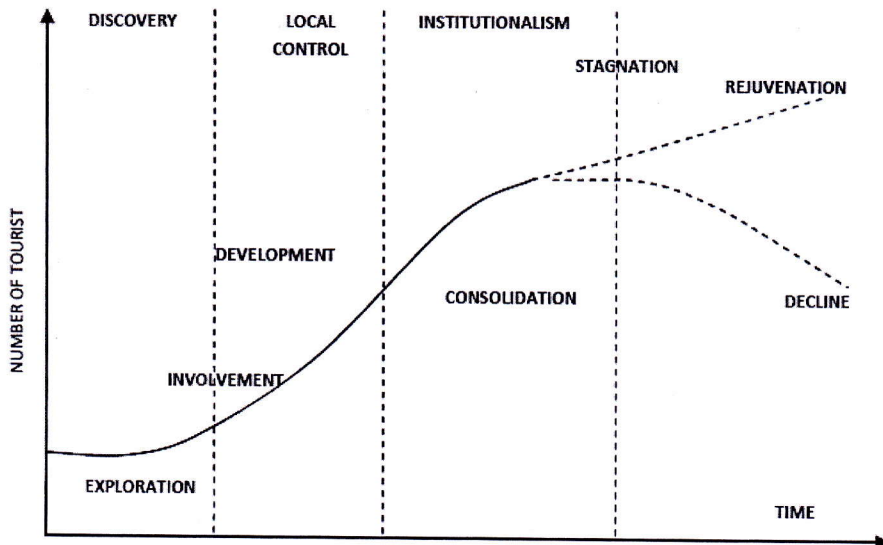
mulai dipromosikan oleh wisatawan, jumlah wisatawan meningkat, dan infrastruktur mulai dibangun. Keterlibatan masyarakat dalam hal ini sangat penting untuk mendongkrak pamor objek wisata.

3. Tahap **pengembangan** (*development*) dan adanya kontrol lokal (*local control*) menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisata secara drastis. Pengawasan oleh lembaga lokal agak sulit membuahkan hasil, masuknya industri wisata dari luar dan kepopuleran kawasan wisata menyebabkan kerusakan lingkungan alam dan sosial budaya sehingga diperlukan adanya campur tangan kontrol penguasa lokal maupun nasional.
4. Tahap **konsolidasi** (*consolidation*) dengan *constitutionalism* ditunjukkan oleh penurunan tingkat pertumbuhan kunjungan wisatawan. Kawasan wisata dipenuhi oleh berbagai industri pariwisata berupa hiburan dan berbagai macam atraksi wisata.
5. Tahap **kestabilan** (*stagnation*) dan masih diikuti oleh adanya *institutionalism*, dimana jumlah wisatawan tertinggi telah tercapai dan kawasan ini telah mulai ditinggalkan karena tidak mode lagi, kunjungan ulang dan para pebisnis memanfaatkan fasilitas yang telah ada. Pada tahapan ini terdapat upaya untuk menjaga jumlah wisatawan secara intensif dilakukan oleh industri pariwisata dan kawasan ini kemungkinan besar mengalami masalah besar yang terkait dengan lingkungan alam maupun sosial budaya.
6. Tahap **penurunan kualitas** (*decline*) hampir semua wisatawan telah mengalihkan kunjungannya ke daerah tujuan wisata lain. Kawasan ini telah menjadi obyek wisata kecil yang dikunjungi sehari atau akhir pekan. Beberapa fasilitas pariwisata telah diubah bentuk dan fungsinya menjadi tujuan lain. Dengan demikian pada tahap ini diperlukan upaya pemerintah untuk meremajakan kembali (*rejuvenate*).
7. Tahap peremajaan **kembali** (*rejuvenate*), dimana dalam tahapan ini perlu dilakukan pertimbangan mengubah pemanfaatan kawasan pariwisata, mencari pasar baru, membuat saluran pemasaran baru, dan mereposisi atraksi wisata ke bentuk lain. Oleh sebab itu



diperlukan modal baru atau kerjasama antara pemerintah dengan pihak swasta.

**GAMBAR 1**  
**TOURISM AREA CYCLE OF**  
**EVOLUTION**



Sumber: Butler, 1990 (dalam Cooper and Jackson, 1997)

Salah satu objek wisata ziarah di Palembang yang juga banyak dikunjungi oleh wisatawan Nusantara maupun wisatawan Mancanegara khususnya pada saat perayaan hari besar umat Tridharma adalah pulau Kemaro.

Nasution, dkk, 2005 menjelaskan bahwa pengamatan terhadap perspektif wisatawan merupakan solusi efektif bagi sebuah daerah yang mengalami perubahan-perubahan persepsi atau pergeseran minat dan harapan terhadap elemen pariwisata yang tersedia di suatu destinasi tersebut. Hal ini penting untuk mengetahui perspektif dan harapan wisatawan mengenai objek wisata terutama wisata pulau kemaro dan wisata ki merogan. Diketahuinya perspektif dari wisatawan mampu menunjukkan arah pengembangan objek pariwisata tersebut.

Jika merujuk pada UU.No. 9 tahun 1990 pasal 1; pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait dibidang tersebut. Sehingga, pariwisata meliputi:

- Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata
- Pengusahaan objek dan daya tarik wisata seperti kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah (candi, makam), museum, waduk, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat, dan yang bersifat alamiah seperti keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai indah, dan sebagainya.
- Pengusahaan jasa dan sarana pariwisata yaitu usaha jasa pariwisata, usaha sarana pariwisata (akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata, kerajinan daerah), dan usaha-usaha yang berkaitan dengan penyelenggaraan pariwisata.

Pada setiap unsur ini diperlukan agar para wisatawan dapat menikmati dan merasa puas akan hasil pengalaman berwisata pada objek wisata tertentu. Unsur-unsur tersebut adalah *Attraction* (sesuatu yang menarik perhatian), *Facilities* (fasilitas yang diperlukan), *Infrastructure*, *Transportation* (jasa pengangkutan), dan *Hospitality* (Keramahtamahan dan kesediaan untuk melayani tamu). Produk wisata merupakan sumber daya dan fasilitas dari daerah tujuan wisata yang menghasilkan berbagai aktivitas dan fungsi (Murphy, 1985 : 14).

Potensi utama di industri wisata adalah *attraction*, yaitu sesuatu yang dapat (sangat) menarik wisatawan datang ke suatu daerah/lokasi wisata. *Attraction* dapat berupa fisik (*physical attraction*) dan kegiatan (*eventual attraction*). Dalam pemasaran pariwisata, *attraction* ini menjadi jargon utama dalam berbagai media promosi. Bahkan beberapa daerah wisata mengembangkan mitos/cerita legenda pada brosur untuk menarik wisatawan.

Peran pemerintah dalam pengembangan kepariwisataan pemerintah daerah melakukan berbagai upaya pengembangan sarana dan prasarana kepariwisataan.



## Sarana kepariwisataan

Sarana kepariwisataan (*Tourism Superstructures*) adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan hidup serta kehidupannya banyak tergantung pada kedatangan wisatawan. (Yoeti, 1996:184). Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kota Palembang dalam penyediaan sarana dan prasarana wisata yang ada di Mesjid Ki Merogan dan Pulau Kemaro adalah sebagai berikut:

- a. memastikan hotel atau penginapan atau vila yang ada di dekat lokasi ;
- b. rumah makan atau restoran atau warung makan dan sudah memiliki ijin usaha;
- c. fasilitas transportasi, berupa angkutan umum seperti: mini bus, bus, dan angkutan pedesaan
- d. toko souvenir, terdapat banyak toko souvenir yang menjual oleh-oleh khas dan
- e. utilitas kawasan, jaringan untuk berko-munikasi cukup lancar, listrik dan air bersih

### a. Sarana pokok kepariwisataan (*Main Tourism Superstructures*)

Perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada turis. Antara lain: *Travel Agent* dan *Tour Operator*, Perusahaan angkutan wisata, Hotel dan jenis akomodasi lainnya, Bar, restoran, serta rumah makan lainnya, Obyek Wisata dan Atraksi Wisata.

### b. Sarana Pelengkap Kepariwisataan (*Supplementing Tourism Superstructures*)

Perusahaan atau tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi yang terpenting adalah untuk membuat para wisatawan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata. Termasuk kedalam kelompok ini adalah:

1. Sarana olah raga, seperti: lapangan tennis (*tennis court*), lapangan golf (*golf court*), kolam renang (*swimmingpool*), permainan bowling (*bowling alley*), daerah perburuan (*hunting area*), berlayar (*sailing and boating*), berselancar (*surfing*)

2. Sarana ketangkasan, seperti: permainan bola sodok (*bilyard*), jackpot, panchinco dan amusements.
- c. Sarana penunjang kepariwisataan (*Supporting Tourism Superstructures*)

Perusahaan yang menunjang sarana pokok dan sarana pelengkap dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal di daerah tujuan wisata.

### **Prasarana Kepariwisataaan**

Lothar A. Kreck dalam Yoeti (2006:186), membagi prasarana kepariwisataan menjadi 2 (dua) kelompok yaitu:

- a. Prasarana Perekonomian (*Economic Infrastructures*), yang dapat dibagi atas: Pengangkutan (*transportation*); Prasarana Komunikasi (*Communication Infrastructures*); Kelompok yang termasuk Utilities (penunjang) (penerangan, listrik, persediaan air minum, sistem irigasi, dan sumber energy); Sistem Perbankan.
- b. Prasarana Sosial (*Social Infrastructures*), adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana perekonomian yang ada. Antara lain: Sistem Pendidikan (*school system*) khusus pariwisata; Pelayanan Kesehatan (*Health Services Facilities*); Faktor Keamanan (*Safety*) dan Petugas yang langsung melayani wisatawan (*Goverman Apparatus*) seperti petugas imigrasi (*immigration officer*), petugas bea cukai (*custom officer*), petugas kesehatan (*health officer*), polisi dan Sistem Perbankan.

### **Strategi Pengembangan Pariwisata**

Pemasaran dan promosi akan sangat menolong dalam hal membuat strategi pengembangan dalam kepariwisataan. Menurut Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata, (2002:29) strategi pengembangan terdiri dari:

#### **1. Strategi pengembangan produk wisata**

Merupakan hal yang harus dilakukan untuk pengembangan obyek dan daya tarik wisata, pengembangan sarana akomodasi

#### **2. Strategi Pengembangan Pasar dan Promosi**

- a. Strategi Pengembangan Pasar



Strategi ini merumuskan orientasi pasar yang akan diraih dan langkah-langkah yang perlu dilakukan untuk meraih pasar tersebut dengan mempertimbangkan jenis dan potensi obyek dan daya tarik potensial yang ada serta jenis/ bentuk pariwisata yang dikembangkan.

#### b. Strategi Promosi

Strategi promosi menjelaskan langkah-langkah yang perlu dilakukan daerah dalam mempromosikan daerah. Strategi ini dilakukan dengan mempertimbangkan sasaran dan target wisatawan yang akan diraih.

### 3. Strategi Pemanfaatan Ruang Pariwisata

Strategi pengembangan ruang pariwisata pada lingkup Kabupaten/Kota memberikan gambaran dan indikasi lokasi-lokasi prioritas pengembangan, berdasarkan deskripsi terhadap potensi dan daya tarik wisata yang ada di wilayah tersebut, meliputi: penetapan pusat-pusat pengembangan, penetapan kawasan prioritas pengembangan, penetapan jalur/ koridor wisata.

### 4. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Sesuai dengan landasan kewenangan sebagai daerah otonom menurut UU No 22 tahun 1999. PP Nomor 25 Tahun 2000 antara lain adalah penyiapan SDM potensial. Yang dimaksud dengan SDM pariwisata potensial menurut konsepsi nasional adalah SDM pariwisata sebagai aset daerah yang memiliki standar kemampuan (*Knowledge* dan *skill*) menurut kompetensi keahlian yang diakui dan diterima oleh masyarakat pariwisata (*user*) serta dilandasi oleh dedikasi kebangsaan yang tinggi sehingga memiliki nilai kompetitif dan mampu berkiprah skala nasional dan internasional.

Strategi Pengembangan SDM diantaranya:

- Penyiapan tenaga-tenaga terampil di bidang perhotelan, restoran, biro perjalanan dan pemandu wisata.
- Peningkatan kemampuan berbahasa asing dikalangan stake holder yang bergerak di bidang pariwisata: seperti tenaga kerja di usaha pariwisata, dan pemerintah daerah.
- Peningkatan dan pemantapan kesiapan masyarakat sebagai tuan rumah.
- Peningkatan kemampuan teknis di bidang perencanaan, dan pemasaran pariwisata.

## **5. Strategi Investasi**

Berisikan langkah-langkah strategi yang diperlukan dalam rangka peningkatan investasi di bidang pariwisata, yang dilakukan baik oleh penanam modal yang berasal dari luar daerah maupun penanam modal yang berasal dari daerah itu sendiri, meliputi:

- Meningkatkan iklim yang kondusif bagi penanam modal pada usaha pariwisata.
- Memberikan insentif bagi pengusaha menengah kecil dan masyarakat yang akan berusaha di bidang pariwisata
- Menciptakan kepastian hukum dan keamanan.
- Menyiapkan infrastruktur antara lain: jaringan jalan, jaringan telekomunikasi, listrik dan lain sebagainya.

## **6. Strategi Pengelolaan lingkungan**

Merupakan strategi umum yang mendasari pengembangan pariwisata yang dilakukan. Strategi ini mendukung kebijakan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan merupakan langkah proaktif di dalam upaya pelestarian lingkungan, alam dan budaya. Meliputi:

- Pengembangan usaha pariwisata yang ramah lingkungan dan hemat energi.
- Peningkatan kesadaran lingkungan di obyek dan daya tarik wisata
- Peningkatan dan pemantapan konservasi kawasan-kawasan yang rentan terhadap perubahan.

Alternatif strategi lain yaitu dari sisi makro, dengan melakukan:

### **1. Membuat Tata Ruang Pariwisata**

A.M. Ibrahim (1997:23) menyatakan tujuan dibuatnya tata ruang pariwisata yaitu untuk melakukan optimalisasi pemanfaatan lahan perkotaan yang berpotensi dan memiliki daya tarik untuk dikunjungi wisatawan; pembangunan dan peningkatan fasilitas rekreasi sesuai dengan kondisi kawasan wisata dan kemampuan daerah dalam usaha pengembangannya; dan pengalokasian kawasan-kawasan wisata berdasarkan potensi dan daya tariknya.

### **2. Melakukan Koordinasi Lintas Sektoral Pariwisata**



**BAB V**  
**PERSEPSI WISATAWAN PADA WISATA RELIGI**  
**MESJID KI MEROGAN DAN PULAU KEMARO**

Pariwisata dapat ditinjau dari berbagai segi yang berbeda. Pariwisata dapat dilihat sebagai suatu kegiatan melakukan perjalanan dari rumah dengan maksud tidak melakukan usaha, atau hanya kegiatan bersantai, (McIntosh dan Goeldner, 1986). Lundberg (1997), menjelaskan definisi *tourism* atau kepariwisataan adalah orang-orang yang melakukan perjalanan pergi dari rumahnya, dan perusahaan-perusahaan yang melayani dengan cara memperlancar atau mempermudah perjalanan mereka, atau membuatnya lebih menyenangkan.

Pada Bab 5 ini akan membahas mengenai persepsi wisatawan terhadap wisata Mesjid Ki Merogan dan Pulau Kemaro. Selain ini membahas secara umum faktor yang mempengaruhi wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata ke kedua objek wisata religi ini.

**5.1. Persepsi Wisatawan pada Wisata Ki Merogan dan Pulau Kemaro**

**5.1.1. Karakteristik Wisatawan pada wisata Ki Merogan dan Pulau Kemaro**

**5.1.1.1. Karakteristik Wisatawan pada Wisata Ki Merogan**

Karakteristik wisatawan terdiri dari Usia, Gender, Pendidikan, Pekerjaan. Berikut karakteristik wisatawan yang berkunjung pada Mesjid Ki Merogan:

Tabel 5.1. Karakteristik Wisatawan berdasarkan usia dan gender

| usia    | gender    |        |           |        | jumlah    |        |
|---------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
|         | laki-laki |        | perempuan |        |           |        |
|         | frekuensi | persen | frekuensi | persen | frekuensi | persen |
| 15 - 20 | 12        | 6      | 5         | 2.5    | 17        | 8.5    |
| 21 - 30 | 17        | 8.5    | 16        | 8      | 33        | 16.5   |

|         |     |      |    |      |     |     |
|---------|-----|------|----|------|-----|-----|
| 31 - 40 | 18  | 9    | 22 | 11   | 40  | 20  |
| 41 - 50 | 39  | 19.5 | 15 | 7.5  | 54  | 27  |
| >50     | 45  | 22.5 | 11 | 5.5  | 56  | 28  |
| total   | 131 | 65.5 | 69 | 34.5 | 200 | 100 |

Dari data Tabel 5.1. diatas dapat diketahui bahwa tingkat usia wisatawan pada Wisata Ki Merogan yang terbanyak adalah pada usia >50 adalah 56 orang atau 28 %, yang paling sedikit adalah pada usia 17 atau 8,5 %.

Tabel 5.2. Karakteristik Wisatawan berdasarkan pekerjaan dan gender

| Pekerjaan                 | Gender    |        |           |        | Jumlah    |        |
|---------------------------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
|                           | laki-laki |        | Perempuan |        | frekuensi | Persen |
|                           | frekuensi | persen | frekuensi | Persen |           |        |
| Wiraswasta                | 28        | 14     | 0         | 0      | 28        | 14     |
| Dagang                    | 45        | 22.5   | 19        | 9.5    | 64        | 32     |
| Kontraktor                | 12        | 6      | 0         | 0      | 12        | 6      |
| Dosen                     | 5         | 2.5    | 4         | 2      | 9         | 4.5    |
| Mahasiswa/ Siswa          | 10        | 5      | 8         | 4      | 18        | 9      |
| Ibu RT                    | 0         | 0      | 12        | 6      | 12        | 6      |
| entrepreneur/ ind kreatif | 7         | 3.5    | 5         | 2.5    | 12        | 6      |
| TNI/ Polri                | 4         | 2      | 0         | 0      | 4         | 2      |
| PNS                       | 12        | 6      | 11        | 5.5    | 23        | 11.5   |
| Dokter                    | 8         | 4      | 10        | 5      | 18        | 9      |
| Total                     | 131       | 65.5   | 69        | 34.5   | 200       | 100    |

Dari data Tabel 5.2. diatas dapat diketahui bahwa pekerjaan wisatawan pada Wisata Ki Merogan yang terbanyak adalah pada pekerjaan Dagang sebanyak 64 orang atau 32%, yang paling sedikit adalah pekerjaan TNI/Polri sebanyak 4 orang atau 2%.



Tabel 5.13. Karakteristik Wisatawan berdasarkan tingkat pendidikan dan gender

| Pendidikan | Gender    |        |           |        | Jumlah    |        |
|------------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
|            | laki-laki |        | Perempuan |        |           |        |
|            | frekuensi | persen | Frekuensi | persen | frekuensi | persen |
| SD         | 0         | 0      | 0         | 0      | 0         | 0      |
| SMP        | 1         | 0.5    | 2         | 1      | 3         | 1.5    |
| SMA        | 25        | 12.5   | 24        | 12     | 49        | 24.5   |
| D1 - D4    | 34        | 17     | 16        | 8      | 50        | 25     |
| S1         | 49        | 24.5   | 26        | 13     | 75        | 37.5   |
| S2         | 19        | 9.5    | 1         | 0.5    | 20        | 10     |
| S3         | 2         | 1      | 0         | 0      | 2         | 1      |
| Profesor   | 1         | 0.5    | 0         | 0      | 1         | 0.5    |
| Total      | 131       | 65.5   | 69        | 34.5   | 200       | 100    |

Dari data Tabel 5.3. diatas dapat diketahui bahwa pekerjaan wisatawan pada Wisata Ki Merogan yang terbanyak adalah pendidikan S1 sebanyak 75 orang atau 37,5%, yang paling sedikit adalah pendidikan SMP dan ada juga professor yang mengunjungi objek wisata ini.

Tabel 5.4. Karakteristik Wisatawan berdasarkan usia dan gender

| Asal Daerah | Gender    |        |           |        | Jumlah    |        |
|-------------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
|             | laki-laki |        | Perempuan |        |           |        |
|             | frekuensi | persen | Frekuensi | persen | frekuensi | Persen |
| Palembang   | 42        | 21     | 12        | 6      | 54        | 27     |
| Sekayu      | 9         | 4.5    | 2         | 1      | 11        | 5.5    |
| Pali        | 2         | 1      | 3         | 1.5    | 5         | 2.5    |
| Muaraenim   | 6         | 3      | 1         | 0.5    | 7         | 3.5    |
| Baturaja    | 4         | 2      | 2         | 1      | 6         | 3      |
| Martapura   | 8         | 4      | 3         | 1.5    | 11        | 5.5    |
| Muratar     | 2         | 1      | 2         | 1      | 4         | 2      |
| Pagar Alam  | 1         | 0.5    | 2         | 1      | 3         | 1.5    |

|                  |     |      |    |      |     |     |
|------------------|-----|------|----|------|-----|-----|
| Pangkalan balai  | 5   | 2.5  | 6  | 3    | 11  | 5.5 |
| Indralaya        | 9   | 4.5  | 2  | 1    | 11  | 5.5 |
| Kayu Agung       | 12  | 6    | 14 | 7    | 26  | 13  |
| Lubuk Linggau    | 2   | 1    | 3  | 1.5  | 5   | 2.5 |
| Luar Prov SumSel | 24  | 12   | 12 | 6    | 36  | 18  |
| Mancanegara      | 5   | 2.5  | 5  | 2.5  | 10  | 5   |
| Total            | 131 | 65.5 | 69 | 34.5 | 200 | 100 |

Dari data Tabel 5.4 diatas dapat diketahui bahwa Asal Daerah Wisatawan pada Wisata Ki Merogan yang terbanyak adalah Palembang yaitu sebanyak 54 orang atau 27%, kemudian 24 orang dari luar Sumatera Selatan dan yang paling sedikit adalah dari kabupaten Muratara sebanyak 4 orang atau 2%.

Terdapat wisatawan mancanegara sebanyak 5 orang yang terdiri dari warga Negara Yaman, Singapura, Malaysia.



Tabel 5.5. Karakteristik Wisatawan berdasarkan usia dan gender

| Asal Wisatawan       | Gender    |        |           |        | Jumlah    |        |
|----------------------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
|                      | laki-laki |        | Perempuan |        |           |        |
|                      | frekuensi | persen | frekuensi | persen | frekuensi | Persen |
| Lokal/ Palembang     | 42        | 21     | 12        | 6      | 54        | 27     |
| Luar Palembang       | 60        | 30     | 40        | 20     | 100       | 50     |
| luar propinsi sumsel | 24        | 12     | 12        | 6      | 36        | 18     |
| Mancanegara          | 5         | 2.5    | 5         | 2.5    | 10        | 5      |
| Total                | 131       | 65.5   | 69        | 34.5   | 200       | 100    |

Dari data Tabel diatas dapat diketahui bahwa Asal Wisatawan pada Wisata Ki Merogan yang terbanyak adalah luar Palembang yaitu sebanyak 100 orang atau 50%, dan yang paling sedikit adalah mancanegara sebanyak 10 orang atau 5%.

#### 5.1.1.2. Karakteristik Wisatawan pada Wisata Pulau Kemaro

Karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Pulau Kemaro berbeda dengan yang berkunjung pada Mesjid Ki Merogan. Wisatawan yang berkunjung ke Pulau Kemaro lebih beragam dari sisi usia, pendidikan dan pekerjaan. Berikut karakteristiknya:

Tabel 5.6. Karakteristik Wisatawan berdasarkan usia dan gender

| Usia    | Gender    |        |           |        | Jumlah    |        |
|---------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
|         | laki-laki |        | Perempuan |        |           |        |
|         | frekuensi | persen | Frekuensi | Persen | Frekuensi | Persen |
| 15 – 20 | 10        | 5      | 24        | 12     | 34        | 17     |
| 21 – 30 | 12        | 6      | 11        | 5.5    | 23        | 11.5   |
| 31 - 40 | 36        | 18     | 48        | 24     | 84        | 42     |
| 41 - 50 | 15        | 7.5    | 26        | 13     | 41        | 20.5   |
| >50     | 12        | 6      | 6         | 3      | 18        | 9      |
| total   | 85        | 42.5   | 115       | 57.5   | 200       | 100    |

## **BAB VI. PENUTUP**

Pengembangan wisata religi merupakan hal yang sangat mendesak saat ini, mengingat agenda pemerintah propinsi Sumatera Selatan dalam event Asean Games tahun 2018. Kesiapan tuan rumah tidak hanya dari penyelenggaraan event saja, namun harus pada pelayanan, kenyamanan dan kepuasan pengunjung/ turis.

Wisatawan harus di buat betah untuk tinggal di Palembang. Selain wisata kuliner tentu harus ada objek wisata lain yang memberikan kesan mendalam untuk mereka. Wisata Mesjid Ki Merogan dan Pulau Kemaro merupakan alternatif wisata yang harus dikelola dengan professional. Ketika pemerintah melibatkan swasta dalam pengelolaan tentu akan dapat meningkatkan nilai jual objek tersebut, karena kemasan wisata akan mampu bersaing dengan objek wisata lain.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkahar Badjuri & Teguh Yuwono. 2002. *Kebijakan Publik : Konsep & Strategi*. JP Universitas Diponegoro : Semarang.
- AG. Subarsono. 2005. *Analisis Kebijakan Publik*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Akash, Hamid. 2006. *Menelusuri Lokasi Bekas Keraton Demak*. CV. Cipta Adi Grafika: Kota wali.
- Anisah, Ali Imron, Muhammad Basri. Tinjauan Historis Tentang Fungsi Pulau Kemaro Di Palembang Sumatera Selatan Tahun 1965-2012
- Budi Winarno. 2002. *Teori dan Proses Kebijakan Publik*. Media Pressindo : Yogyakarta.
- Chafid Fandell . 2002 . *Perencanaan Kepariwisata Alam* . Yogyakarta : FK. Kehutanan UGM
- Charles E. Lindblom. 1991. *Proses penetapan kebijaksanaan*. Erlangga : Jakarta.
- Eddi Wibowo, T. Saiffal. B, Hessel Nogi S. T, 2009. *Kebijakan Publik dan Budaya*. YPAPI: Jakarta.
- Eid, Riyad. 2012. Towards A High-Quality Religious Tourism Marketing: The Case Of Hajj Service In Saudi Arabia. *Tourism Analysis*, Vol. 17, Pp. 509–522 1083-5423/12.
- Freddy Rangkuti. 1997. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Gamal Suwanto, SH. 2001. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Glen F Ross. 1998. *Psikologi Pariwisata*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia
- H. Kodhyat Ramaini. 1992. *Kamus Pariwisata dan Perhotelan*. Jakarta: Grasindo.
- Happy Marpaung, SH. MH. 2002. *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung: ALFABETA
- Hari Karyono. 1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Herbert. Bernece & Colmore S. Christian. 2014. Regional Tourism at the Cross-Roads: Perspectives of Caribbean Tourism

- Organization's Stakeholders. Journal of Sustainable Development; Vol. 7, No. 1; ISSN 1913-9063 E-ISSN 1913-9071. Published by Canadian Center of Science and Education
- Hessel Nogi S. Tangkilisan. 2005. *Kebijakan Publik Kontemporer*. Lukman Offset : Yogyakarta.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. PT. Grasindo: Jakarta.
- J. Spilane, James. 1987. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Karafir, Yan Pieter. 1987. *Penumpukan Modal PKL*. PT. Aquarista: Jakarta.
- Kusmayadi & Endar Sugiarto. MM. 2000. *Metodologi Penelitian dalam bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Leo Agustino. 2006. *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Alfabeta: Bandung.
- M. A Desky. 1999. *manajemen perjalanan wisata*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.
- M. Irfan Islamy. 2004. *Prinsip-prinsip perumusan kebijaksanaan negara*. Bumi Aksara : Jakarta.
- Manning, Chriss dan Tadjudin Noer Effendy. 1991. *Urbanisasi Pengangguran dan Sektor Informal di Kota*, Yayasan Obor Indonesia: Jakarta.
- Morissan. 2002. *Petunjuk Wisata Lengkap Jawa-Bali*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Musanef. 1985. *Manajemen Usaha Perjalanan Wisata di Indonesia*. Jakarta: Gunung Agung
- Naipinit, Aree., Maneenetr, Sakolnakorn, Churngchow & Kroeksakul. 2013. SWOT Analysis of Religious Tourism in the Roi Kaen Sarn Sin Cluster of Northeastern Thailand. Asian Social Science; Vol. 9, No. 13; ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025. Published by Canadian Center of Science and Education
- Nasution.1998 *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Taristo Bandung
- Nasution.2003."Metode Reseach". Bumi.Aksara,Bandung.