

Analisis Potensi Wisata Religi Di Kabupaten Banjar

Imam Suharto

¹(Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin)

RR. Yulianti Prihatiningrum^{1*}

²(Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin)

Meiske Claudia

³(Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin)

Ahmad Rifani

⁴(Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin)

ABSTRACT

This study uses a descriptive qualitative approach to achieve three objectives: (1) to evaluate how the distribution of religious tourism objects can be optimized as tourist destinations; (2) to evaluate the problems and challenges faced in the development of religious tourism objects; and (3) to make policy recommendations for the development of religious destination objects in Banjar Regency. The data collection method used was in-depth interviews with key subjects selected for this study. The results of the study explain that there are 18 religious destination locations in Banjar Regency consisting of the tombs of scholars. The absence of facilities and infrastructure, the lack of local resource contributions to the existence of tourist objects, and the lack of efforts to encourage religious-based tourism are some of the obstacles faced. Improvement and development of tourism facilities and infrastructure, strengthening the role of local resources, and intensifying the promotion of religious-based tourism are some of the strategic actions that can be taken to overcome these obstacles.

Keywords: Religious Tourism, Banjar Regency, Ulama Tombs, Marketing Efforts, Local Resources

ABSTRAK

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mencapai tiga tujuan: (1) mengevaluasi bagaimana penyebaran objek wisata religi bisa dioptimalkan sebagai destinasi wisata; (2) mengevaluasi masalah dan tantangan yang dihadapi dalam pengembangan objek wisata religi; dan (3) membuat rekomendasi kebijakan untuk pengembangan objek destinasi religi di Kabupaten Banjar. Metode pengambilan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam dengan subjek kunci yang dipilih untuk studi ini. Hasil studi menjelaskan bahwa terdapat 18 lokasi destinasi religius di Kabupaten Banjar yang terdiri dari makam para ulama. Tidak adanya sarana dan prasarana, kurangnya kontribusi sumber daya lokal terhadap keberadaan objek wisata, dan kurangnya upaya

untuk mendorong pariwisata berbasis religi adalah beberapa dari hambatan yang dihadapi. Pembenahan dan pengembangan sarana dan prasarana wisata, penguatan peran sumber daya lokal, dan intensifikasi promosi pariwisata berbasis religi adalah beberapa tindakan strategis yang dapat diambil untuk mengatasi hambatan tersebut.

Kata Kunci: *Wisata Religi, Kabupaten Banjar, Makam Ulama, Upaya Pemasaran, Sumber Daya Lokal*

Sitasi: Imam Suharto, RR. Yulianti Prihatiningrum, Meiske Claudia dan Ahmad Rifani (2025). Analisis Potensi Wisata Religi Di Kabupaten Banjar 13(1): 94-103

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata mempunyai peran vital dalam proses pembangunan dan pengembangan suatu daerah. Kontribusi positif dari adanya pariwisata yaitu tersedianya peluang kerja, meningkatnya pendapatan, dan menggerakkan roda perekonomian di daerah tersebut, karena sektor pariwisata merupakan sektor padat karya yang menyerap banyak tenaga kerja, termasuk dampak turunannya yaitu industri turunan yang terbentuk di bawahnya.

Industri pariwisata Indonesia sangat beragam, tidak hanya mencakup wisata alam, budaya, sejarah, dan kuliner, tetapi juga wisata religi yang menarik minat wisatawan. Wisata ziarah di Indonesia masih terus berkembang. Tingkat kunjungan wisatawan meningkat 10% hingga 20% setiap tahun. Menurut Deputy Bidang Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata Kementerian Pariwisata, Dadang Rizki Ratman, tren pariwisata saat ini beralih dari "*sun, sand, and sea*" menjadi "*serenity, sustainability, and spirituality*." United Nations World Tourism Organization (UNWTO) memperkirakan bahwa sekitar 330 juta pengunjung, atau 30% dari total wisatawan global, akan mengunjungi berbagai tempat keagamaan di seluruh dunia. Lonjakan perjalanan keagamaan saat ini didorong oleh keinginan setiap orang untuk memenuhi kebutuhan spiritual mereka (koran-sindo.com, 2016). *Trend* wisata religi atau spiritual menarik lebih banyak perhatian dari wisatawan, yang terlihat dari meningkatnya jumlah kunjungan. Hal ini terjadi karena wisatawan tidak hanya mencari hiburan semata, tetapi juga ketenangan batin (Widyastuti, 2019).

Indonesia dan UEA (Uni Emirat Arab) menjadi destinasi religi utama bagi wisatawan asing, setelah Malaysia menempati peringkat pertama pada tahun 2019 dengan presentase 80,6% dari sepuluh besar negara OIC (*Organization of Islamic Conference*). Pada tahun 2019, Indonesia dan Malaysia masing-masing menerima peringkat pertama dengan skor 78 persen, seperti dituliskan dalam Global Muslim Travel Indeks atau disingkat GMTI (Retno Tri Wardani, 2019).

Sebuah Studi Pengembangan Syariah yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata pada tahun 2016 menjelaskan bahwa ekonomi Islam merupakan bagian vital dari perekonomian global. Kuliner, keuangan Islam, asuransi, mode, kosmetik, farmasi, hiburan, dan pariwisata adalah tujuh bidang ekonomi Islam yang mengalami kemajuan besar. Masing-masing industri telah menambahkan unsur-unsur halal ke dalam produknya, membentuk lingkungan baru yang berbasis halal.

Di Kabupaten Banjar, sektor pariwisata telah menjadi aspek yang terus dikembangkan oleh pemerintah. Sejumlah obyek wisata religi yang berpeluang menjadi daya tarik bagi wisatawan di kedua wilayah tersebut meliputi Makam Syekh Muhammad Arsyad Al-Banjari (Datu Kalampayan), Makam Datu Ambulung, dan Makam Guru Sekumpul. Lokasi-lokasi ini kerap dikunjungi oleh jutaan

pengunjung, baik nasional maupun mancanegara, menjadikannya potensi wisata religi yang layak untuk dikembangkan lebih lanjut.

Pengembangan sektor wisata religi di Kabupaten Banjar bukan semata-mata menunjukkan bahwa wisata ini meningkatkan pendapatan pemerintah, pelaku industri wisata, dan masyarakat setempat melalui kegiatan ekonomi kreatif berbasis religi budaya, tetapi juga menunjukkan bahwa masyarakat Kalimantan Selatan secara keseluruhan, terutama masyarakat Kabupaten Banjar, adalah masyarakat religius-agamis, dengan banyak ulama besar yang keberadaannya pada berbagai objek makam merupakan sebuah entitas budaya. Hal ini nampak dalam ritual yang biasanya dilakukan para peziarah yaitu membaca surah Yasin, doa-doa, dan kegiatan haul.

Haul, yang juga dikenal sebagai bahaul, merupakan ritual keagamaan yang sering dikaitkan dengan adat istiadat Islam tradisional (Alfisyah, 2007; Wajidi dan Anwar 2018). Haul merupakan kegiatan tahunan seremonial untuk mengenang kematian seseorang yang dianggap memiliki sifat-sifat istimewa, khususnya ulama. Makna penting yang terdapat dalam ritual haul yaitu mengingat kematian dan silaturahmi (Jamalie, 2010 dalam Wajidi dan Anwar, 2018), yang dipahami sebagai sebuah penghormatan kepada tokoh yang meninggal, dimana tokoh tersebut memiliki *ascribed status* yaitu keturunan dari orang berpengaruh (misal: seorang ulama yang merupakan keturunan langsung dari ulama terkemuka).

Terkait dengan hal tersebut, wisata religius dimulai dengan mengunjungi makam para wali, raja, dan makam-makam keramat lainnya. Berbagai lokasi di Kabupaten Banjar yang berpotensi dikembangkan sebagai objek wisata halal masih ada, seperti makam para ulama atau Tuan Guru. Namun, fakta di lapangan dari observasi dan wawancara mendalam dengan para pengelolanya dan masyarakat sekitar menunjukkan bahwa wisata religi di Kabupaten Banjar dengan semua aspek pendukungnya harus dikembangkan. Ini berarti bahwa pengelolaan, ketersediaan sarana dan prasarana, infrastruktur, dan upaya pemasaran dan pengembangan masih belum optimal. Manajemen harus berfokus pada pemberdayaan dan pengembangan sumber daya lokal serta upaya pemasaran. Oleh karena itu, perlu dilakukan suatu kajian mengenai potensi destinasi religi yang terdapat di Kabupaten Banjar dengan melakukan identifikasi dan analisis terkait peluang dan hambatan pada konteks obyek wisata religi, agar dapat diberikan rekomendasi kebijakan terkait bagaimana pembenahan, pembangunan, serta peningkatan wisata religi yang ada di Kabupaten Banjar sehingga dapat berkontribusi pada pembangunan daerah khususnya di Kabupaten Banjar.

Landasan Teori Pariwisata

Pariwisata merupakan sektor potensial dari sektor lainnya yang dapat memberikan sumbangan terhadap devisa negara nonmigas, serta memberikan dampak positif terhadap berbagai bidang lainnya, antara lain penciptaan dan perluasan lapangan kerja, pengembangan usaha, peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerintah, mendorong pelestarian budaya daerah dan nasional, serta kelestarian lingkungan hidup (Chotib 2015, dalam Anwar, 2019).

Adanya pembangunan kepariwisataan memberikan pengaruh yang positif terhadap pendapatan asli daerah di sekitar daerah tujuan wisata, karena adanya peningkatan arus wisatawan yang membuka peluang bagi penduduk setempat untuk membuka usaha-usaha yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan, seperti usaha penginapan, usaha makan dan minum, serta usaha jasa lainnya seperti angkutan, persewaan mobil, cinderamata, pemandu wisata, dan lain sebagainya; meningkatnya permintaan terhadap hasil kerajinan dan barang daerah; serta meningkatnya pendapatan asli daerah yang diperoleh melalui perolehan penerimaan kas daerah dari pajak dan retribusi daerah (Karyono, 1997:10).

Beberapa jenis perjalanan wisata menurut Suwanto (2004:14) yaitu:

a. Wisata diklasifikasikan berdasarkan jumlah pesertanya:

- 1) *Individual Tour* (Wisatawan Perorangan) – Wisata yang diselenggarakan secara mandiri oleh satu individu atau pasangan suami-istri.
- 2) *Family Group Tour* (Wisata Keluarga) – Wisata yang diikuti oleh sekelompok anggota keluarga yang akrab.
- 3) *Group Tour* (Wisata Rombongan) – Wisata yang diselenggarakan secara berkelompok, dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan para peserta, biasanya terdiri dari seorang atau lebih orang dari keluarga tersebut.

b. Wisata diklasifikasikan berdasarkan pengaturannya:

- 1) *Pra-arranged Tour* (Wisata Berencana) – Perjalanan wisata yang telah diatur sebelumnya, mencakup transportasi, akomodasi, serta destinasi yang akan dikunjungi.
- 2) *Package Tour* (Paket Wisata) – Perjalanan wisata yang diselenggarakan oleh perusahaan biro perjalanan dalam bentuk paket, mencakup biaya transportasi, akomodasi, serta fasilitas lainnya untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi wisatawan.
- 3) *Coach Tour* (Wisata Terpimpin) – Paket perjalanan wisata yang disediakan oleh biro perjalanan dan dipandu oleh seorang pemandu wisata, dengan jadwal dan rute yang telah ditetapkan secara rutin.
- 4) *Special Arranged Tour* (Wisata Khusus) – Perjalanan wisata yang dirancang secara khusus untuk memenuhi permintaan individu atau kelompok tertentu.
- 5) *Optional Tour* (Wisata Tambahan) – Perjalanan wisata tambahan yang dapat dilakukan tanpa rencana awal dan dapat dilakukan kapan saja.

c. Wisata diklasifikasikan berdasarkan maksud dan tujuannya:

- 1) *Holiday Tour* (Wisata Liburan) – Perjalanan wisata yang diadakan untuk berlibur, bersenang-senang, dan mencari hiburan.
- 2) *Familiarization Tour* (Wisata Pengenalan) – Perjalanan wisata yang bertujuan untuk mengenal lebih dalam suatu bidang atau tempat yang terkait dengan pekerjaan pesertanya.
- 3) *Educational Tour* (Wisata Pendidikan) – Perjalanan wisata yang bertujuan untuk memberikan wawasan, penelitian perbandingan, atau pengetahuan tentang bidang kerja yang dikunjungi.
- 4) *Scientific Tour* (Wisata Pengetahuan) – Perjalanan wisata yang berpusat pada penelitian dan pemahaman tentang suatu bidang ilmu tertentu.
- 5) *Pilgrimage Tour* (Wisata Keagamaan) – Perjalanan wisata yang bertujuan untuk melakukan ibadah keagamaan.
- 6) *Special Mission Tour* (Wisata Kunjungan Khusus) – Perjalanan wisata yang dilakukan dengan tujuan khusus, seperti misi dagang, seni, atau kegiatan serupa lainnya.
- 7) *Hunting Tour* (Wisata Perburuan) – Perjalanan wisata yang bertujuan untuk berburu hewan tertentu yang diizinkan oleh otoritas setempat.

d. Wisata diklasifikasikan berdasarkan penyelenggaraannya:

- 1) *Excursion* – Perjalanan wisata yang singkat untuk mengunjungi satu atau lebih lokasi dalam waktu kurang dari 24 jam.
- 2) *Safari Tour* – Perjalanan wisata khusus dengan tujuan atau objek yang berbeda dari destinasi wisata umumnya dan dilengkapi dengan perlengkapan tertentu.
- 3) *Cruise Tour* – Wisata yang dilakukan menggunakan kapal pesiar, menjelajahi berbagai objek wisata bahari maupun daratan dengan kapal pesiar sebagai titik pemberangkatan utama.
- 4) *Youth Tour* (Wisata Remaja) – Kunjungan wisata yang dirancang khusus untuk remaja, sesuai dengan kelompok usia yang ditetapkan oleh masing-masing negara.
- 5) *Marine Tour* (Wisata Bahari) – Perjalanan wisata ke destinasi khusus untuk menikmati keindahan laut, termasuk aktivitas seperti wreck-diving (menyelam di lokasi kapal karam) dengan perlengkapan selam lengkap.

Daya Tarik Pariwisata

Ada 4 komponen yang harus dimiliki oleh sebuah obyek wisata, yaitu:

- 1) *Attraction* (Atraksi): elemen atraksi yang berpotensi menarik wisatawan meliputi sumber daya alami, atraksi wisata budaya, dan atraksi buatan manusia.
- 2) *Accessibility* (Aksesibilitas): kemudahan bergerak dari satu daerah ke daerah lain atau kemudahan untuk dikunjungi.
- 3) *Amenity* (Fasilitas): sarana dan prasarana pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata (misal: penginapan, rumah makan, tempat istirahat, toilet, dan lain sebagainya)
- 4) *Ancilliary* (Pelayanan Tambahan): pelayanan yang seharusnya diberikan oleh pemerintah daerah tujuan wisata baik untuk para pelaku pariwisata maupun wisatawan.

Wisata Religi

Wisata religi adalah perjalanan atau kunjungan, baik sendiri maupun bersama-sama, ke suatu tempat yang memiliki peran penting dalam perluasan ajaran dan pendidikan Islam (Shihab, 2007: 549). Wisata religi juga dapat dipahami sebagai kunjungan wisata ke suatu tempat yang memiliki arti penting atau berharga, biasanya adalah tempat seperti makam atau masjid.

Mufid, sebagaimana dikutip dalam Rosadi (2011: 13), menyebutkan bahwa fungsi wisata religi meliputi:

- 1) Digunakan untuk berbagai aktivitas individu maupun kelompok, baik di dalam maupun luar ruangan, guna menyegarkan tubuh dan jiwa serta meningkatkan semangat hidup.
- 2) Berfungsi sebagai tempat untuk menjalankan ibadah, termasuk sholat, dzikir, dan berdoa.
- 3) Menjadi bagian dari kegiatan spiritualitas.
- 4) Merupakan satu di antara destinasi destinasi bagi umat Islam.
- 5) Dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan sosial dan kemasyarakatan.
- 6) Menjadi sarana untuk mencapai ketentraman secara fisik dan batin.

- 7) Berperan dalam pengembangan mutu seorang individu serta sebagai media pembelajaran dan penghayatan nilai-nilai kehidupan (Ibroh).

Selanjutnya, berbagai keuntungan yang bisa didapatkan ketika melakukan wisata religi yaitu:

- 1) Merasakan kesegaran fisik dan pikiran.
- 2) Memperluas wawasan serta memperkuat keimanan kepada Tuhan.
- 3) Mendapatkan pembelajaran serta pemahaman mengenai kondisi dan budaya di destinasi wisata halal.
- 4) Memperoleh wawasan dan pengalaman dalam aspek keagamaan.

Menurut Chookaew et al. (2015), terdapat delapan standar untuk mengukur wisata halal bagi wisatawan dari negara-negara Muslim, yaitu:

1. Semua layanan harus berpedoman pada prinsip-prinsip Islam.
2. Kedisiplinan dan sikap hormat merupakan keharusan bagi pemandu dan staf terhadap nilai-nilai wisatawan Muslim.
3. Seluruh kegiatan harus diatur agar selaras dengan ajaran Islam.
4. Desain dan fungsi bangunan wajib memenuhi ketentuan prinsip syariah.
5. Rumah makan wajib menerapkan standar internasional dalam penyajian makanan halal.
6. Sistem perjalan (transportasi) wajib dilengkapi dengan sistem keamanan yang memadai.
7. Fasilitas ibadah harus tersedia bagi para wisatawan.
8. Destinasi wisata yang dikunjungi tidak boleh bertentangan dengan nilai-nilai keagamaan.

Wisata Religi di Kabupaten Banjar

Data yang dikumpulkan menunjukkan bahwa Kabupaten Banjar memiliki banyak tempat wisata religius yang menarik, masing-masing memiliki daya tarik tertentu, seperti berikut:

Tabel 1. Destinasi Wisata Religi Di Kabupaten Banjar

No	Daya tarik	Obyek
1	Makam Ulama Besar	Makam Datu Kelampayan (Syekh Muhammad Arsyad Albanjari)
2	Makam Ulama Besar	Makam Guru Sekumpul (Muhammad Zaini Abdul Ghani)
3	Makam Ulama	Makam Syech Aminullah (Datu Bagul) Tungkaran
4	Makam Ulama	Makam Datu Fatimah dan Syech Abdullah Bugis, Tungkaran
5	Makam Ulama	Makam Haji Abdullah (Syech Said Achdan /Datu Kalangkala), Tungkaran
6	Makam Ulama	Makam Syech Umar (Datu Bajangut), Tungkaran
7	Makam Ulama	Makam Pangeran Abdurahman, Pasayangan

8	Makam Ulama	Makam K.H Badaruddin, Tunggul Irang
9	Makam Ulama	Makam H. Arga Kusuma, Bincau
10	Makam Ulama	Makam K.H. Kaspul Anwar, Perbatasan Dalam Pagar
11	Makam Ulama	Makam Guru K.H Anang Sya`rani, Kampung Melayu
12	Makam Ulama	Makam Syech Abduk Hamid Abukung, Sungai Batang
13	Makam Ulama	Makam K.H. Salim Maruf, Pekauman Dalam
14	Makam Ulama	Makam Datu Ma`ad Bin Ali (Datu Panjang Rambut), Sungai Batang
15	Makam Ulama	Makam Syech Abdullah, Lok Gabang Astambul
16	Makam Ulama	Makam Syech Abdul Qadir, Danau Salak
17	Makam Ulama	Makam Keramat Menteri Empat Kindu Mui, Desa Lok Baintan
18	Makam Ulama	Makam Datu Mar`I, Tungkaran

Sumber: Anwar (2019)

Berdasarkan data pada Tabel 1 di atas, dapat dilihat bahwa di Kabupaten Banjar terdapat 18 obyek wisata religi, dimana obyek wisata religi tersebut sebagian besar merupakan makam tokoh ulama besar di Kalimantan Selatan seperti Syekh Muhammad Arsyad Al-Banjary (Datu Kalampayan) di Kelampayan, dan Guru Sekumpul (K.H. Muhammad Zaini bin Abdul Ghani) di Sekumpul Martapura yang terkenal hingga mancanegara.

METODE PENELITIAN

Studi ini dilakukan di Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan. Fokus studi ini adalah lokasi wisata religi yang sudah ada. Untuk memilih lokasi sampel yaitu kawasan wisata religi, pendekatan purposive sampling digunakan. Metode ini mempertimbangkan keberadaan objek wisata religi yang potensial untuk dikembangkan. Variabel yang diteliti pada studi ini meliputi lokasi, keunikan atau daya tarik, aksesibilitas, ketersediaan sarana prasarana pendukung, pengelolaan dan keadaan masyarakat setempat, serta upaya pemasaran yang telah dilakukan. Beberapa informan penting dalam penelitian, termasuk pengelola objek wisata religi dan masyarakat di sekitarnya, yang merupakan data primer yang diperoleh melalui pengamatan, observasi langsung dan wawancara. Data diproses menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini menyajikan dan memahami semua data dan informasi yang didapatkan dari lapangan sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Obyek destinasi religi di Kabupaten Banjar cukup banyak dan telah dikenal luas, bahkan beberapa diantaranya sampai ke mancanegara, namun pengelolaannya masih belum optimal. Hal ini teridentifikasi dari hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan terkait keberadaan beberapa fasilitas penunjang seperti WC, tempat parkir yang memadai, tempat ibadah, rumah makan, pusat oleh-oleh, sebagian masih belum tersedia, kebersihannya

kurang, dan pengelolaannya masih diserahkan secara swadaya pada beberapa kelompok masyarakat di sekitar obyek wisata sehingga terkesan tidak profesional. Sehingga dapat dirangkum berbagai permasalahan dan kendala yang dapat diidentifikasi yaitu: 1). Pengelolaan belum profesional karena pada umumnya dikelola oleh keturunan yang bersangkutan atau masyarakat awam yang berdomisili di sekitar kawasan wisata religi, 2). Ketersediaan sarana dan prasarana yang masih terbatas (misal: akses jalan, lahan parkir, toilet umum, tempat wudhu, mushola/masjid, toko *souvenir*, tempat sampah, papan informasi, titik-titik lokasi tempat cuci tangan, panduan ziarah, dan rumah makan yang masih terbatas), 3). Upaya-upaya pemasaran wisata religi (seperti promosi, dan strategi pemasaran lainnya) masih belum maksimal, profesional, dan terintegrasi dengan baik.

Analisis Pengembangan Wisata Halal

1. Pemasaran Wisata Halal

Promosi sebagai alat yang dapat mengenalkan suatu obyek wisata sangat penting untuk dilakukan dalam rangka mempromosikan keunggulan, keanekaragaman, dan pesona dari tiap-tiap obyek wisata religi. Berbagai media promosi bisa digunakan seperti *flyer online*, website, katalog, dan beragam media sosial.

2. Pengembangan Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang menunjang kenyamanan dari para pengunjung atau peziarah mesti dibenahi dan dilengkapi, penataan lingkungan, pemberdayaan sumber daya lokal baik sumber daya manusia maupun produk kerajinan maupun kuliner yang dapat dipasarkan di sekitar lokasi obyek wisata religi.

3. Peran serta pemerintah, Pengelola, dan Masyarakat

Pemerintah selaku pengambil kebijakan memfasilitasi masyarakat untuk dapat membentuk POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) dan dilakukan pendampingan sehingga keberadaannya bisa berkontribusi terhadap pengembangan wisata religi dan usaha turunan di sekitarnya, menyediakan anggaran untuk membangun dan membenahi serta mengembangkan sarana dan prasarana pendukung di lokasi obyek wisata religi yang dibutuhkan oleh para peziarah, memberikan insentif bagi para pengelola obyek wisata sehingga pengelola merasa memiliki tanggung jawab moral untuk merawat dan mengelola obyek wisata dengan baik. Selanjutnya, masyarakat dan pengelola dapat berpartisipasi dalam hal menjaga kebersihan, keindahan, dan kelestarian lingkungan di sekitar obyek wisata halal.

KESIMPULAN & REKOMENDASI

Kabupaten Banjar memiliki potensi wisata religi yang sebagian besar berupa makam para ulama besar di Kalimantan Selatan. Hal ini didukung dari hasil wawancara dengan para informan kunci bahwa jumlah pengunjung di beberapa obyek destinasi religi yang ada di kabupaten Banjar masih cukup besar, utamanya pada saat menjelang haulan Guru Sekumpul, bahkan peziarah dari dalam dan luar negeri turut berhadir. Hal ini berdampak luar biasa terhadap peningkatan

perekonomian masyarakat setempat, dan juga Pendapatan Asli Daerah melalui peningkatan permintaan akan hunian, transportasi, kerajinan, rumah makan, dan lain sebagainya.

Keunikan destinasi wisata religi berupa makam-makam para ulama besar yang ada di Kabupaten Banjar memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan religi atau peziarah yang mencari pemenuhan kebutuhan rohani yang berdasarkan data sebelumnya jumlahnya cukup potensial. Oleh karena itu pengembangan yang berkelanjutan sangat diperlukan.

Kesadaran masyarakat melalui terbentuknya Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) menjadi penyokong bagi pertumbuhan dan perkembangan pariwisata religi di Kabupaten Banjar. Adapun potensi dalam perluasan sektor wisata religi di Kabupaten Banjar adalah dominasi penduduk Indonesia beragama Islam yang merupakan pasar terbesar dalam pemasaran obyek wisata religi, dimana jumlah obyek wisata religi yang ada di Kabupaten Banjar juga cukup banyak yaitu 18 obyek. Tantangan dalam pengembangannya adalah bagaimana merumuskan konsep wisata religi yang jelas sehingga dapat dirancang upaya-upaya pemasaran yang tepat dan menarik, bagaimana ketersediaan akomodasi yang memadai, dan infrastruktur jalan yang baik, sarana dan prasarana yang mendukung seperti rumah makan di sekitar obyek wisata halal, ketersediaan lahan parkir yang memadai, keberadaan toilet yang cukup bersih dan jumlahnya memadai, meningkatkan kualitas sumber daya manusia di sekitar obyek wisata religi dalam hal *hospitality*, dan kemampuan untuk menciptakan kreatifitas dalam membuat *souvenir* atau kerajinan khas dari obyek wisata religi, dan keterampilan dalam pengelolaan/manajemen obyek wisata.

Hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk menata dan mengembangkan obyek wisata religi yang ada di Kabupaten Banjar tidak hanya bagi masyarakat di Kalimantan Selatan saja, bahkan dari luar pulau dan masyarakat internasional, karena Kabupaten Banjar memiliki keunggulan dalam potensi wisata religi yaitu banyak terdapat banyak makam para alim ulama besar, dan mesjid-mesjid kuno yang sarat dengan nilai-nilai sejarah perkembangan Islam di Kalimantan Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amabile, Teresa M., 1996, Assessing The Work Environment For Creativity, *Academy of Management Journal*, p.1154 – 1184.
- Akimova, Irina, 1999, “Development of Market Orientation and Competitiveness of Ukrainian Firm”, *European Journal of Marketing*, p.1128-1146.
- Bharadwaj, Sundar G, P.R. Varadarajan, dan Jihn Fahy, 1993, Sustainable Competitive Advantage in Service Industries: A Conceptual Model and Research Propositions, *Journal of Marketing*, Vol.57, Oktober, p. 83-99.
- Choirunnisa, (2012). Analisis Pola Klaster Dan Orientasi Pasar (Studi Kasus Sentra Industri Kerajinan Logam Desa Tumang Kecamatan Cepogo Kabupaten Boyolali). *Skripsi*, Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Manajemen Universitas Diponegoro (Maret).
- Li, Ling X, 2000, An Analysis of Sources Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty, 2000a. “Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Strategy”. Research Paper Series. No. 01 Program Magister_of Competitiveness and Performance of Chinese Manufacturers, *International Journal of Operation and*

- Production Management*, Vol.20, No.3.
- Lukas, A. Bryan and O.C. Ferrell, 2000, The Effect of Market Orientation on Product Innovation, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.28, No.2, pages 239-247.
- Robbins, Stephen P., 2002, *Perilaku Organisasi; Konsep, Kontroversi, Aplikasi*, Alih Bahasa Hadyana Pujatmaka dan Benyamin Molan, PT. Prehallindo, Jakarta.
- Tidd, Joe, 2001, Innovation Management in context; environment, organization and performance, *International Journal of Management Reviews*, Vol. 3 Issue 3, pp. 169 – 183.
- Wahyono, 2002, Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.1, No.1, Mei.
- Widyastuti, Ni Kadek, 2019, Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Viara Dharma Giri kabupaten Tabanan, *Prosiding SINTESA*.
- <https://web.kominfo.go.id>
- <https://www.indonesia-investments.com>
- www.dpr.go.id
- koran-sindo.com
- <https://travel.tempo.co>
- <https://minangkabaunews.com>
- www.kemenparekraf.go.id
- <https://nusadaily.com>