

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pariwisata tidak lagi dipahami sekadar sebagai aktivitas rekreasi dan hiburan, melainkan telah berkembang menjadi fenomena sosial yang merefleksikan perubahan gaya hidup, nilai, dan identitas masyarakat modern¹. Dalam konteks ini, aktivitas wisata tidak lagi sekadar bersifat rekreatif, tetapi juga mencerminkan identitas budaya dan religius individu.² Salah satu bentuk transformasi ini adalah tumbuhnya tren wisata halal sebagai respons atas kebutuhan umat muslim global yang menghendaki layanan pariwisata sesuai dengan nilai-nilai syariah.³

Pertumbuhan populasi muslim dunia yang terus meningkat menjadikan segmen ini sebagai pasar strategis dalam industri pariwisata. Wisatawan muslim umumnya memiliki preferensi terhadap makanan halal, fasilitas ibadah, dan pelayanan yang mendukung kenyamanan spiritual⁴. Lebih dari itu, wisatawan muslim juga menunjukkan minat yang kuat untuk mengunjungi destinasi yang tidak hanya menarik secara visual dan budaya, tetapi juga memberikan kenyamanan spiritual dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman⁵. Indonesia, sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar dalam mengembangkan destinasi wisata halal⁶.

¹ Kurmanaliyeva dkk., "Religious Tourism as a Sociocultural Phenomenon of the Present 'The Unique Sense Today Is a Universal Value Tomorrow. This Is the Way Religions Are Created and Values Are Made,'" *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 143 (Agustus 2014): 958–63, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.534>.

² Arnoldy Arnoldy dkk., "Tourism in the Perspective of Islamic Fiqh," *Al-Iktisab: Journal of Islamic Economic Law* 6, no. 2 (2022): 189, <https://doi.org/10.21111/al-iktisab.v6i2.8631>.

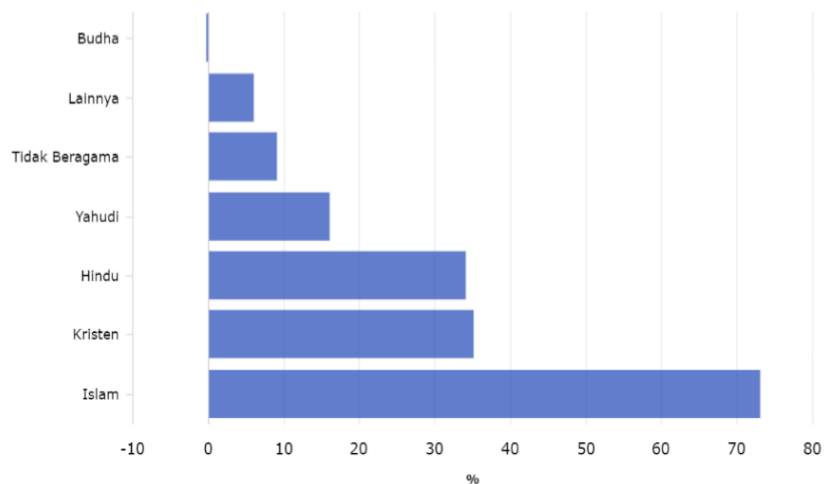
³ Andrian Anwar L Nata, "Kian Mendunia Tren Wisata Halal: Religiusitas dan Efikasi Diri Berwisata," *Jurnal Ekonomi Syariah dan Pariwisata Halal* 1, no. 2 (2023): 7–12, <https://doi.org/10.70371/jseht.v1i2.55>.

⁴ The Statistical, Economic and Social Research, "International Tourism in the OIC Countries" (Turkey: Organisation of Islamic Cooperation, 2017), 47, <https://www.sesric.org/publications-detail.php?id=430>.

⁵ Joan C. Henderson, "Sharia-Compliant Hotels," *Tourism and Hospitality Research* 10, no. 3 (2010): 246–54, <https://doi.org/10.1057/thr.2010.3>.

⁶ Dio Samudra dkk., "A Systematic Review: Halal Tourism Development in Indonesia," *Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 6, no. 2 (2024): 71–78, <https://doi.org/10.62490/iqtishodiah.v6i2.733>.

Data dari *Pew Research Center* tahun 2016 proyeksi pertumbuhan muslim sangat pesat dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Riset tersebut menyebutkan bahwa sampai tahun 2050, diprediksikan populasi umat muslim akan terus tumbuh hingga mencapai 75%.



Gambar 1. 1 Proyeksi Pertumbuhan Umat Beragam Dunia 2010-2050

Industri halal global menunjukkan potensi ekonomi besar, termasuk sektor perjalanan wisata muslim yang terus tumbuh signifikan. Laporan *State of the Global Islamic Economy (SGIE) 2022* mencatat bahwa umat muslim menghabiskan sekitar US\$2 triliun pada tahun 2021 untuk berbagai produk halal, dengan proyeksi meningkat menjadi US\$2,8 triliun pada 2025 melalui pertumbuhan tahunan 7,5%⁷. Secara khusus, pariwisata halal diperkirakan menyumbang lebih dari US\$220 miliar devisa global pada 2028⁸, menjadikannya sektor strategis dengan prospek pertumbuhan tinggi dan peluang besar bagi negara yang mampu mengembangkan destinasi ramah muslim secara berkelanjutan.

Saat ini ditingkat nasional, pemerintah daerah didorong untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui sektor-sektor strategis, salah satunya adalah pariwisata. Dorongan ini melahirkan berbagai inisiatif

⁷ Dinar Standard, "Global Islamic Economy Report 2022," 2022, <https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2022>.

⁸ Fazal Bahardeen, *Global Muslim Travel Index 2023*, GMTI2023 (Mastercard-CrescentRating, 2023), 47, <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2023.html>.

pengembangan destinasi baru, seperti desa wisata, pusat kuliner, festival seni dan budaya, wahana rekreasi, serta wisata alam seperti pegunungan dan pantai. Fenomena ini menegaskan pentingnya pariwisata sebagai motor penggerak ekonomi lokal yang inklusif, berkelanjutan, dan berdaya saing. Namun demikian, masih sedikit daerah yang secara serius menjadikan masjid sebagai bagian dari strategi pengembangan destinasi wisata. Padahal, masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga menyimpan potensi arsitektural, sejarah, budaya, dan sosial yang bernilai tinggi. Pengembangan masjid sebagai daya tarik wisata seharusnya menjadi bagian integral dari strategi pariwisata yang berorientasi pada kearifan lokal serta kebutuhan wisatawan muslim, baik domestik maupun internasional.

Masyarakat umum memahami masjid sebagai bangunan atau tempat khusus yang digunakan umat Islam untuk melaksanakan ibadah salat. Namun, secara etimologis, kata *masjid* merupakan serapan dari bahasa Arab, yang berasal dari akar kata *sajada–yasjudu–sujudan*, yang berarti "bersujud." Sujud, sebagai salah satu rukun utama dalam salat, melambangkan bentuk tertinggi dari ketaatan dan ketundukan seorang hamba kepada Allah Swt. Dari akar makna inilah, istilah *masjid* dimaknai sebagai "tempat bersujud," yaitu tempat yang disucikan untuk mendekatkan diri kepada Tuhan melalui ibadah⁹

Meskipun demikian, dalam praktiknya, pelaksanaan salat tidak terbatas pada bangunan masjid semata. Umat Islam diperbolehkan melaksanakan salat di berbagai tempat seperti kantor, sekolah, rumah, atau ruang pribadi, selama memenuhi syarat kesucian dan kelayakan sesuai syariat. Fleksibilitas ini mencerminkan keuniversalan ajaran Islam dalam menjalankan ibadah, namun masjid tetap memiliki kedudukan simbolik sebagai pusat peribadatan dan representasi ruang suci dalam kehidupan keagamaan umat Islam. Masjid merupakan satu-satunya bangunan keagamaan yang secara konsisten melekat dalam ritme harian umat Islam. Selain sebagai tempat salat, masjid juga berperan historis sebagai pusat kegiatan keagamaan, sosial, pendidikan, dan ekonomi. Studi

⁹ Syamsul Kurniawan, "Masjid dalam lintasan sejarah umat islam," *Jurnal Khatulistiwa-Journal of Islamic Studies* 4, no. 2 (2014): 169–84.

oleh Kudus dkk. menunjukkan bahwa optimalisasi fungsi masjid sebagai pusat sosial-ekonomi dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan solidaritas sosial¹⁰

Masjid, sejak masa awal Islam, memiliki kedudukan istimewa tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai episentrum peradaban umat. Pada masa Nabi Muhammad SAW, fungsi masjid mencakup lebih dari sekadar tempat salat. Masjid Nabawi di Madinah menjadi pusat pemerintahan, tempat pengambilan keputusan politik, penyelesaian sengketa, hingga tempat pendidikan dan pemberdayaan sosial. Konsep ini dilanjutkan oleh para khalifah dan dinasti Islam berikutnya, yang membangun masjid-masjid besar seperti Masjid Umayyah di Damaskus atau Masjid Al-Azhar di Kairo yang sekaligus menjadi pusat ilmu pengetahuan dan budaya. Masjid berkembang sebagai institusi multidimensi mewadahi aktivitas spiritual, intelektual, sosial, dan ekonomi umat¹¹.

Diriwayatkan bahwa setelah Nabi Muhammad Saw. melakukan hijrah dari Kota Mekah ke Kota Madinah, bangunan pertama yang beliau dirikan adalah Masjid Quba. Peristiwa ini terjadi pada hari Senin, tanggal 8 Rabi'ul Awwal tahun ke-14 dari kenabian atau tahun pertama hijrah, yang bertepatan dengan tanggal 23 September 622 Masehi. Masjid Quba terletak di sebelah tenggara Kota Madinah, dengan jarak sekitar lima kilometer dari pusat kota. Selang beberapa waktu kemudian, Rasulullah Saw. mendirikan Masjid Nabawi sebagai pusat utama aktivitas umat Islam. Fakta ini menguatkan posisi masjid sebagai institusi sentral dalam kehidupan masyarakat muslim sejak awal pembentukan komunitas Islam¹². Pembangunan Masjid Quba diabadikan dalam al-Qur'an Surah At-taubah, 9: 108.

لَا تَقُمْ فِيهِ أَبَدًا لَمَسْجِدٍ أُسِّسَ عَلَى التَّقْوَىٰ مِنْ أَوَّلِ يَوْمٍ أَحَقُّ أَنْ تَقُومَ فِيهِ فِيهِ رِجَالٌ يُحِبُّونَ
أَنْ يَتَّطَهَرُوا وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُطَهَّرِينَ

¹⁰ Ruhul Kudus dkk., "Optimalisasi fungsi Masjid sebagai pusat kegiatan sosial dan keagamaan," *Tintamas: Jurnal Pengabdian Indonesia Emas* 1, no. 3 (2024): 187–94, <https://doi.org/10.53088/tintamas.v1i3.1295>.

¹¹ Rinni Winarti dan Khaleel Al-Obaidi, "Development of Mosque Architecture in Islamic Civilization and Its Context in Indonesia," *Jurnal Iman dan Spiritualitas* 4, no. 3 (2024): 217–28, <https://doi.org/10.15575/jis.v4i3.33669>.

¹² Jamal Mirdad dkk., "Eksistensi Masjid dan Sejarah Umat Islam," *Prosiding Fakultas Ushulludin Adab dan Dakwah* 1, no. 1 (2023): 249–58.

Artinya:”Janganlah engkau melaksanakan salat di dalamnya (masjid itu) selama-lamanya. Sungguh, masjid yang didirikan atas dasar takwa sejak hari pertama lebih berhak engkau melaksanakan salat di dalamnya. Di dalamnya ada orang-orang yang gemar membersihkan diri. Allah menyukai orang-orang yang membersihkan diri.” (QS. At-taubah, 9: 108)¹³.

Ayat di atas menegaskan prinsip fundamental dalam pendirian dan pemakmuran masjid, yakni landasan ketakwaan (*taqwā*) sebagai basis legitimasi spiritual dan sosial sebuah masjid. Ayat ini menegaskan bahwa masjid yang didirikan atas dasar ketakwaan dan keridaan Allah lebih layak menjadi pusat ibadah dan aktivitas umat dibandingkan bangunan yang didasari motif politis atau destruktif. Penafsiran tematik atas ayat ini sejalan dengan pandangan mufasir seperti Tafsir Ibn Kathir¹⁴ yang menekankan bahwa kualitas masjid tidak diukur dari kemegahan fisik semata, melainkan dari kemurnian niat, integritas pengelolaan, dan keberlangsungan aktivitas ibadah di dalamnya. Dalam konteks akademik kontemporer, sejumlah studi jurnal bereputasi menunjukkan bahwa prinsip *taqwā-based mosque governance* berimplikasi langsung pada efektivitas fungsi sosial masjid, termasuk penguatan kepercayaan jamaah, transparansi pengelolaan, serta optimalisasi peran masjid sebagai pusat pembangunan moral dan sosial masyarakat. Dengan demikian, QS. 9:108 memberikan fondasi normatif bahwa pemakmuran masjid harus mengintegrasikan dimensi spiritual (niat dan ibadah) dan dimensi sosial (manfaat nyata bagi umat), yang keduanya menjadi prasyarat utama keberlanjutan masjid sebagai institusi keagamaan dan sosial.

Sebagai ilustrasi konkret dari prinsip normatif tersebut, sejarah awal Islam menghadirkan Masjid Quba sebagai manifestasi praksis dari masjid yang didirikan di atas landasan ketakwaan. Masjid ini telah lama dianggap sebagai model awal dari masjid yang tidak hanya menjadi pusat ibadah, tetapi juga menjadi pusat kegiatan sosial, edukatif, dan administratif dalam komunitas Islam awal¹⁵. Pendirian masjid ini oleh Rasulullah Saw. menjadi refleksi dari pentingnya masjid sebagai pusat peradaban Islam yang dibangun atas dasar ketakwaan, kejujuran, dan kemurnian niat. Oleh karena itu, keberadaan Masjid Quba dalam sejarah Islam tidak hanya

¹³ Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Penyempurnaan 2019 (Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama, 2019). 260

¹⁴ Ibn Kathir, *Tafsir al-Qur'an al-'Azim*, tafsir QS. At-Taubah [9]:108 (Riyadh: Dār Tayyibah, 1999), diakses 21 Januari 2026, <https://quran.ksu.edu.sa/tafseer/katheer/sura9-aya108.html>

¹⁵ Spahic Omer, “Quba’ Mosque in The Works of Early Muslim Visitors and Scholars,” *Journal of Islam in Asia (E-Issn 2289-8077)* 21, no. 1 (2024): 109–38.

memiliki nilai historis, tetapi juga menjadi fondasi konseptual bagi pengembangan masjid sebagai destinasi wisata religi yang bermakna.

Masjid Quba pada masa Rasulullah Saw. dibangun dengan sangat sederhana, mencerminkan semangat kesahajaan dan kebersamaan umat Islam awal dalam membangun peradaban. Lantai masjid terbuat dari tanah, sementara dinding dan atapnya menggunakan pelepah kurma, bahan-bahan yang mudah ditemukan di lingkungan setempat. Rasulullah Saw. sendiri turut meletakkan batu-batu sebagai penanda fondasi, yang kemudian dilanjutkan dengan partisipasi aktif para sahabat secara bergotong royong dalam proses pembangunan. Kesederhanaan konstruksi masjid ini tidak mengurangi fungsionalitasnya. Sebaliknya, masjid tersebut mampu memenuhi berbagai kebutuhan umat Islam saat itu, mulai dari tempat berteduh, beristirahat, melaksanakan salat, hingga menjadi pusat kegiatan dakwah Rasulullah Saw¹⁶. Firman Allah Swt, dalam Surat At-Taubah, 9:18:

إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسْجِدَ اللَّهِ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَلَمْ يَخْشَ إِلَّا اللَّهَ فَعَسَىٰ أُولَٰئِكَ أَنْ يَكُونُوا مِنَ الْمُهْتَدِينَ

Terjemahan: “Sesungguhnya yang (pantas) memakmurkan masjid-masjid Allah hanyalah orang yang beriman kepada Allah dan hari Akhir, mendirikan salat, menunaikan zakat, serta tidak takut (kepada siapa pun) selain Allah. Mereka itulah yang diharapkan termasuk golongan orang-orang yang mendapat petunjuk.” (QS. At-Taubah, 9:18)¹⁷

Ayat di atas menegaskan bahwa *‘imārat al-masājid* (memakmurkan masjid) memiliki dua spektrum yang saling melengkapi, yakni pemakmuran fisik (perawatan, penyediaan sarana, dan tata kelola ruang masjid) serta pemakmuran spiritual (penghidupan salat berjamaah, zakat, penguatan iman, dan aktivitas pembinaan umat). Kerangka ganda ini selaras dengan penjelasan mufasir seperti Ibn Kathir dan al-Maraghi yang menempatkan masjid bukan sekadar bangunan simbolik, melainkan institusi ibadah yang “hidup” melalui aktivitas keagamaan dan kemaslahatan sosial. misalnya, studi kasus Masjid Jogokariyan menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas pengelolaan dana/layanan jamaah

¹⁶ M Syafi, “Bangunan masjid pada masa nabi dan implikasinya terhadap jamaah masjid perempuan,” *Musāwa Jurnal Studi Gender Dan Islam* 10, no. 1 (2011): 89–106.

¹⁷Lajnah Pentashih Mushaf Al-Qur’an, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*.260

diposisikan sebagai bagian dari semangat memakmurkan masjid bukan sekadar urusan administrasi rutin¹⁸.

Seiring dengan berjalannya waktu dan terjadinya modernisasi masyarakat muslim, peran masjid mengalami pergeseran namun tetap mempertahankan posisi strategisnya. Masjid memegang peran simbolik yang kuat sebagai pusat spiritual sekaligus pemersatu sosial, yang tercermin melalui ekspresi arsitekturalnya. Integrasi unsur-unsur budaya lokal ke dalam desain masjid seperti penggunaan motif flora dan fauna khas daerah, bentuk atap tradisional, hingga ornamen kayu ukir dan kaligrafi beraksen lokal, menunjukkan adanya proses akulturasi yang harmonis antara ajaran Islam dan kearifan lokal. Proses ini turut memperkuat rasa kepemilikan dan keterikatan masyarakat terhadap masjid sebagai institusi religius dan simbol kultural dalam kehidupan sehari-hari.

Masjid di berbagai wilayah berkembang sebagai pusat kebudayaan Islam yang merefleksikan identitas lokal masyarakat setempat¹⁹. Arsitektur masjid tidak hanya menonjolkan estetika religi, tetapi juga mengadopsi unsur budaya lokal sebagai wujud akulturasi, seperti terlihat pada ornamen dan struktur Masjid Agung Demak yang menggabungkan nilai-nilai Islam dengan kearifan budaya Jawa²⁰. Demikian pula, Masjid Córdoba di Spanyol mencerminkan pengaruh budaya lokal Iberia yang diolah dalam bentuk arsitektur Islam yang megah, menjadikannya simbol visual dari keberagaman budaya dalam bingkai peradaban Islam global²¹.

Dekade terakhir, transformasi fungsi masjid semakin meluas dengan munculnya tren wisata religi atau *mosque tourism*, terutama dalam konteks pariwisata halal. Masjid tidak hanya menjadi ruang ibadah, tetapi juga destinasi yang dikunjungi karena nilai arsitektural, historis, dan spiritualnya. Wisatawan,

¹⁸ Dessy Ekaviana, Iwan Triyuwono, dan Ali Djahhuri, "Mosque Transparency under Frame Qur'an Surah At Taubah Verse 18: Analysis at the Mosque of Jogokariyan," *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi* 4, no. 1 (2021): 120–131, <https://doi.org/10.57178/atestasi.v4i1.173>

¹⁹ Habibi Zaman Riawan Ahmad, "Dialektika Arsitektur dan Teknologi Islam Nusantara: Pengaruh Budaya Lokal dan Nilai-nilai Islam," *Refleksi* 22, no. 2 (2023): 203–26, <https://doi.org/10.15408/ref.v22i2.32109>.

²⁰ Dian Nafiatul Awaliyah, "The Symbols of Inculturation and Interfaith in The Demak's Great Mosque," *Sunan Kalijaga: International Journal of Islamic Civilization* 7, no. 1 (2024): 127–52, <https://doi.org/10.14421/skijic.v7i1.2791>.

²¹ Tracy Hildebrand, *Architectural origins of the Mosque of Cordoba*, 2012.

baik muslim maupun non-muslim, mengunjungi masjid-masjid ikonik untuk memahami warisan budaya Islam dan memperkaya pengalaman spiritual. Studi oleh Azizan dkk. menekankan bahwa mosque tourism dapat memperkuat dialog antarbudaya, menciptakan peluang ekonomi lokal, dan meningkatkan apresiasi terhadap warisan keislaman²². Di Indonesia, contoh integrasi ini terlihat di Masjid Agung Demak dan Masjid Raya Sumatera Barat, di mana kegiatan keagamaan, kebudayaan, dan pariwisata dikelola secara harmonis²³. Fenomena ini menegaskan bahwa masjid hari ini bukan sekadar ruang spiritual, melainkan juga menjadi ikon kebudayaan Islam yang inklusif dan daya tarik wisata global yang menjanjikan.

Tabel 1. 1 Fungsi Masjid

Fungsi Masjid	Deskripsi	Estimasi Waktu	Referensi
Tempat Ibadah	Masjid berfungsi sebagai tempat utama pelaksanaan ibadah umat Islam, terutama salat lima waktu, Jumat, dan hari raya. Fungsi ini menegaskan kedudukan masjid sebagai ruang spiritual yang suci dan pusat pembinaan akhlak umat.	Sejak masa Nabi Muhammad SAW mendirikan masjid Quba tahun 622 Masehi hingga sekarang	Katz, Marion Holmes. <i>Prayer in Islamic thought and practice</i> . No. 6. Cambridge University Press, 2013; Gibb, Hamilton Alexander Rosskeen, and Johannes Hendrik Kramers. <i>Shorter Encyclopaedia of Islam</i> . Brill, 2024.
Pusat Budaya/Peradaban	Sejak masa Nabi Muhammad SAW, masjid menjadi pusat peradaban Islam yang menampung berbagai aktivitas sosial, politik, pendidikan, dan	Abad ke-7 Masehi hingga abad ke-20 M	Winarti, Rinni, and Khaleel Al-Obaidi. "Development of Mosque Architecture in Islamic Civilization and Its Context in

²² Muhammad Azizan dkk., "Mosque Tourism Satisfaction: A Comparative Study of Malaysia, Thailand, and Indonesia," *Information Management and Business Review* 15, no. 4(SI)I (2023): 369–80, [https://doi.org/10.22610/imbr.v15i4\(SI\)I.3611](https://doi.org/10.22610/imbr.v15i4(SI)I.3611).

²³ Kurnia Muhajarah, "Dakwah Bi Al-hal: Mosque-Based Religious Tourism Destination Management at Great Mosque of Demak," *Wahana Akademika: Jurnal Studi Islam dan Sosial* 9, no. 2 (2022): 89–103, <https://doi.org/10.21580/wa.v9i2.13523>.

	<p>ekonomi. Arsitekturnya mencerminkan akulturasi budaya lokal dengan nilai-nilai Islam yang memperkuat identitas komunitas muslim.</p>		<p>Indonesia." <i>Jurnal Iman dan Spiritualitas</i> 4.3 (2024): 217-228.</p> <p>Shafri, Mohd Affendi Mohd. "Integration of Local and Islamic Architecture in Traditional Minangkabau." <i>Journal of Architecture, Planning and Construction Management</i> 2.1 (2012).</p>
Destinasi Wisata	<p>Dalam konteks modern, masjid bertransformasi menjadi destinasi wisata religi dan budaya, baik bagi wisatawan muslim maupun non-muslim. Daya tariknya terletak pada keindahan arsitektur, nilai historis, dan peran sosialnya dalam melestarikan warisan keislaman.</p>	Awal abad ke-21 hingga sekarang	<p>Azizan, Muhammad, dkk. "Mosque tourism satisfaction: A comparative study of Malaysia, Thailand, and Indonesia." <i>Information Management and Business Review</i> 15.4 (2023): 369-380.</p> <p>Muhajarah, Kurnia. "Da'wah bi al-Hal: Mosque-Based Religious Tourism Destination Management at Great Mosque of Demak." <i>Wahana Akademika: Jurnal Studi Islam Dan Sosial</i></p>

			9.2 (2022): 89-103. Olsen, Daniel H., and Dallen J. Timothy, eds. <i>The Routledge handbook of religious and spiritual tourism</i> . Abingdon, UK: Routledge, 2022.
--	--	--	--

Sumber: Hasil Penelusuran, diolah.

Sektor kepariwisataan memiliki keterkaitan erat dengan agenda *Sustainable Development Goals (SDGs)* yang dicanangkan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), khususnya dalam mendukung pembangunan yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis budaya²⁴. Dalam kerangka ini, pengembangan wisata masjid memiliki potensi strategis yang besar, yang menjadikan ruang ibadah bernilai sejarah, arsitektur, dan sosial, masjid dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata religi yang mendukung pencapaian sejumlah tujuan *SDGs*²⁵, seperti pengurangan kemiskinan (*Goal 1*) melalui penciptaan lapangan kerja lokal, pertumbuhan ekonomi inklusif (*Goal 8*), serta pelestarian warisan budaya dan arsitektur Islam (*Goal 11 dan 12*). Selain itu, wisata masjid mendorong inklusivitas sosial, pemberdayaan komunitas sekitar, serta meningkatkan pemahaman lintas budaya antara wisatawan muslim dan non-muslim, menjadikannya sebagai instrumen penting dalam membangun dialog peradaban yang konstruktif.²⁶

Peran masjid dalam masyarakat muslim tidak hanya terbatas sebagai tempat ibadah ritual, tetapi juga semakin strategis dalam mendukung pembangunan

²⁴ Pramendra Singh, Manisha Seal, dan Disha Sharma, "Analysing the Role and Contribution of Tourism in Achieving Sustainable Development Goals:," *Advances in Human Services and Public Health*, (IGI Global, 2024), 182–95, <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-2758-6.ch009>.

²⁵ Nazatul Aqilah Sutrisno dkk., "Positioning Heritage Mosque Tourism for Sustainable Commercialisation: A Case Study," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 14, no. 2 (2024): Pages 1646-1655, <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v14-i2/20963>.

²⁶ Tomáš Hák dkk., "Sustainable Development Goals: A Need for Relevant Indicators," *Ecological Indicators* 60 (Januari 2016): 565–73, <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2015.08.003>.

ekonomi berkelanjutan, khususnya dalam kerangka ekonomi syariah²⁷. Masjid yang aktif dalam kegiatan sosial-ekonomi berpotensi menjadi pusat pemberdayaan masyarakat, dengan menciptakan lapangan kerja, mendukung wirausaha berbasis komunitas, serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal²⁸. Integrasi fungsi ekonomi ini memperluas kontribusi masjid dari sekadar tempat spiritual menjadi agen pembangunan yang inklusif dan partisipatif. Dalam konteks ini, strategi branding masjid sebagai destinasi wisata religi menjadi sangat relevan. Hal ini dapat dilakukan melalui pengembangan fasilitas pendukung seperti pusat informasi wisata, galeri sejarah Islam, dan layanan ramah muslim, sehingga masjid tampil tidak hanya sebagai simbol religius, tetapi juga sebagai daya tarik budaya dan ekonomi yang bernilai strategis²⁹.

Promosi masjid melalui jalur digital, baik melalui media sosial, situs web, maupun platform perjalanan halal, menjadi upaya efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik masjid sebagai destinasi wisata yang bernilai spiritual dan budaya³⁰. Peningkatan fasilitas yang ramah terhadap wisatawan, seperti tempat wudhu dan toilet yang bersih, area istirahat, serta informasi multibahasa, akan memperkuat posisi masjid sebagai tujuan wisata yang inklusif³¹. Pada akhirnya, masjid yang mampu menggabungkan fungsi ibadah, edukasi, dan wisata secara terpadu akan menjadi pusat peradaban yang mencerminkan identitas masyarakat

²⁷ M. Madyan dkk., “Dampak Ekonomi Wisata Religi, Studi Kasus Kawasan Wisata Sunan Ampel Surabaya,” *BISMA (Bisnis dan Manajemen)* 7, no. 2 (2018): 101, <https://doi.org/10.26740/bisma.v7n2.p101-106>.

²⁸ Arip Suprasetio dkk., “Konstruksi Baru & Pengembangan Wisata Religi di DKI Jakarta,” *Hayula: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 3, no. 2 (2019): 157–72, <https://doi.org/10.21009/hayula.003.2.03>.

²⁹ Waluyo Waluyo dkk., “Potensi Pengembangan Wisata Halal di Wisata Religi Desa Menggoro Untuk Menunjang Ekonomi Kerakyatan,” *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 13, no. 2 (2022): 171–79, <https://doi.org/10.31294/khi.v13i2.14413>.

³⁰ Riska Destiana dkk., “Analisis Peran Stakeholders Dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Halal Di Pulau Penyengat Provinsi Kepulauan Riau,” *Jurnal Ilmu Administrasi Negara ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara)* 8, no. 2 (2020): 132–53, <https://doi.org/10.47828/jianaasian.v8i2.18>.

³¹ Yulfan Arif Nurohman dan Rina Sari Qurniawati, “Strategi Pengembangan Desa Wisata Menggoro Sebagai Wisata Halal,” *Among Makarti* 14, no. 1 (2021), <https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.200>.

lokal menarik untuk dipelajari sekaligus dikunjungi oleh wisatawan dari berbagai latar belakang³².

Pangsa pasar wisatawan muslim Indonesia menunjukkan potensi yang sangat besar. Data menyebutkan bahwa sekitar 231 juta jiwa atau lebih dari 87% dari total populasi Indonesia menganut agama Islam, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia³³. Selain itu, sebanyak 98% dari populasi muslim di Indonesia menganggap aspek kehalalan sebagai hal yang esensial dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk konsumsi, gaya hidup, dan aktivitas wisata³⁴. Dalam konteks ini, masjid memiliki posisi strategis sebagai objek wisata religi yang potensial. Selain berfungsi sebagai pusat ibadah, masjid juga memuat nilai historis, estetika arsitektur, dan identitas budaya lokal yang menjadikannya daya tarik utama bagi wisatawan muslim domestik maupun internasional. Penguatan wisata masjid di Indonesia dapat menjadi bagian integral dari strategi wisata halal nasional yang inklusif dan berdaya saing global.

Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa pengelolaan destinasi wisata yang serius dan terarah dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi perekonomian suatu daerah³⁵. Tidak hanya sebagai sumber peningkatan pendapatan asli daerah (PAD), sektor pariwisata juga berperan sebagai sarana diplomasi budaya, daya tarik investasi, dan penggerak pembangunan wilayah secara berkelanjutan. Dalam konteks wisata religi, masjid memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi yang diminati oleh wisatawan, baik domestik

³² Gabriele Lailatul Muharromah and Moch Khoirul Anwar, "Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Objek Wisata Religi Makam Kh. Abdurrahman Wahid," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3, no. 2 (August 10, 2020): 152–64, <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p152-164>.

³³ Ameylia Puspita Rosa Dyah Ayu Arintyas dan Raihan Chaerani Putri Budiman, "Halal Tourism Towards Equity Representation of Multicultural Identity and Human Development: A Case of Lombok, Indonesia," *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas dan Perjalanan* 7, no. 2 (2023): 154–66, <https://doi.org/10.34013/jk.v7i2.1246>.

³⁴ Armita Wahyu Ridho dan Setyo Riyanto, "Marketing of Sharia Halal Beach Tourism Through e-WOM," *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 19, no. 2 (12 Juli 2023): 64–71, <https://doi.org/10.14710/jsmo.v19i2.30784>.

³⁵ Alwafi Ridho Subarkah, "Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat)," *JURNAL SOSIAL POLITIK* 4, no. 2 (2018): 49, <https://doi.org/10.22219/sospol.v4i2.5979>.

maupun mancanegara. Namun, agar masjid dapat menjadi tujuan wisata yang menarik, diperlukan langkah-langkah strategis yang terencana dan terintegrasi³⁶.

Pertama, perlu dibangun kesadaran dan ide kolektif bahwa masjid memiliki nilai strategis yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata, baik dari aspek arsitektur, sejarah, spiritualitas, maupun budaya lokal. Kedua, perencanaan pengembangan harus dilakukan secara sistematis dengan merumuskan tahapan yang mencakup peningkatan infrastruktur, penyediaan layanan wisata, dan strategi promosi yang efektif. Ketiga, kolaborasi lintas sektor antara pengelola masjid, pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat lokal menjadi kunci untuk mengonsolidasikan sumber daya. Keempat, implementasi program harus konsisten dan berbasis partisipasi komunitas. Terakhir, diperlukan mekanisme evaluasi dan pengawasan yang berkelanjutan untuk memastikan bahwa seluruh rencana dapat direalisasikan secara tepat dan berdampak positif. Pendekatan terpadu ini akan memperkuat posisi masjid sebagai pusat ibadah sekaligus destinasi wisata unggulan yang berkontribusi nyata terhadap pembangunan daerah.

Destinasi wisata yang berkembang umumnya ditandai oleh meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, yang secara langsung berdampak pada peningkatan pendapatan sektor pariwisata di tingkat daerah³⁷. Tingkat kunjungan ini sering dijadikan indikator utama dalam menilai keberhasilan suatu destinasi wisata. Namun, keberhasilan tidak hanya diukur dari kuantitas kunjungan semata, melainkan juga dari kualitas pengelolaan destinasi itu sendiri. Pengelolaan yang baik mencakup perencanaan yang terstruktur, pelibatan masyarakat, penyediaan fasilitas, serta promosi yang efektif dan berkelanjutan.

Secara psikologis, minat merupakan kekuatan laten yang muncul dari proses kognitif dan afektif dalam diri seseorang, yang kemudian memengaruhi perilaku aktual, yaitu keputusan untuk berkunjung. Dalam konteks ini, minat berkunjung dapat dijadikan sebagai ukuran awal untuk memprediksi tingkat kunjungan

³⁶ Ahmad Kharis, "Kampung Wisata Berbasis Masjid di Kampung Sayidan Prawirodirjan Yogyakarta," *Islamic Management and Empowerment Journal* 1, no. 1 (2019): 101, <https://doi.org/10.18326/imej.v1i1.101-128>.

³⁷ Dewi Marcelina dkk., "Persepsi wisatawan terhadap fasilitas wisata di pusat latihan gajah Taman Nasional Way Kambas," *Jurnal Belantara* 1, no. 2 (2018): 45–53.

wisatawan, terlebih pada destinasi non-komersial seperti masjid. Studi dalam bidang pariwisata menunjukkan bahwa minat merupakan salah satu prediktor penting dalam memahami perilaku wisatawan dan menyusun strategi promosi yang lebih tepat sasaran³⁸. Oleh karena itu, pengukuran minat berkunjung dapat memberikan gambaran yang cukup representatif mengenai daya tarik suatu destinasi wisata religi, meskipun tidak didukung oleh data tiket atau transaksi finansial.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini telah memberikan dampak signifikan terhadap perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan berwisata. Transformasi gaya hidup masyarakat modern menunjukkan pergeseran dari pola konsumsi konvensional yang bersifat *offline* menuju pemanfaatan layanan digital secara *online*, dengan dukungan akses internet yang luas³⁹. Hal ini menciptakan ekosistem baru dalam dunia pariwisata, di mana keputusan berwisata semakin dipengaruhi oleh informasi yang bersumber dari platform digital.

Salah satu faktor penting yang membentuk persepsi dan citra suatu destinasi wisata adalah *Word of Mouth* (WOM), yakni rekomendasi yang berasal dari teman, keluarga, atau kerabat dekat. Dalam era digital, WOM mengalami transformasi menjadi *Electronic Word of Mouth* (e-WOM), yaitu penyampaian opini atau pengalaman konsumen melalui media digital. Berbeda dengan WOM tradisional yang berlangsung secara langsung dan interpersonal, e-WOM memanfaatkan media perantara seperti blog, situs web, forum diskusi online, dan media sosial untuk menyebarkan informasi kepada khalayak yang lebih luas dan tidak terbatas secara geografis⁴⁰. e-WOM kini menjadi salah satu sumber informasi yang sangat

³⁸ Girish Prayag dan Chris Ryan, "Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius: The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction," *Journal of Travel Research* 51, no. 3 (2012): 342–56, <https://doi.org/10.1177/0047287511410321>.

³⁹ Mokhammad Favian Rizki Pratama, Erna Andajani, and Siti Rahayu, "Peran Komunikasi E-Word of Mouth Terhadap Visit Intention Objek Wisata," *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam* 6, no. 2 (September 10, 2021): 117–24, <https://doi.org/10.34202/imanensi.6.2.2021.117-124>.

⁴⁰ Stephen W. Litvin, Ronald E. Goldsmith, Dan Bing Pan, "Electronic Word-of-Mouth in Hospitality and Tourism Management," *Tourism Management* 29, no. 3 (Juni 2008): 458–68, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.05.011>.

berpengaruh terhadap keputusan wisatawan dalam memilih destinasi, karena dianggap lebih otentik dan berbasis pengalaman nyata pengguna⁴¹.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menetapkan sepuluh wilayah sebagai destinasi wisata syariah prioritas, yaitu Aceh, Riau dan Kepulauan Riau, Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur (terutama Malang Raya), Lombok, serta Sulawesi Selatan (Makassar dan sekitarnya). Penetapan ini mencerminkan komitmen nasional dalam mendukung pertumbuhan pariwisata halal yang inklusif dan berkelanjutan, sejalan dengan potensi besar wisatawan muslim domestik maupun internasional. Secara khusus, di Provinsi Jawa Barat, komitmen ini diperkuat melalui terbitnya Peraturan Gubernur Jawa Barat Nomor 1 Tahun 2022 tentang Ekonomi dan Keuangan Syariah, yang menjadi dasar hukum penguatan ekosistem ekonomi syariah, termasuk sektor pariwisata berbasis masjid. Masjid, dalam hal ini, dipandang tidak hanya sebagai pusat ibadah, tetapi juga sebagai potensi daya tarik wisata religi yang dapat diintegrasikan ke dalam strategi pembangunan daerah, khususnya dalam pengembangan ekonomi kreatif yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Pemilihan Provinsi Jawa Barat sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan akademik dan praktis. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah penduduk terbesar di Indonesia, yang mencapai hampir 50 juta jiwa dalam tiga tahun terakhir. Selain itu, lebih dari 97% penduduknya beragama Islam, menjadikannya wilayah dengan ceruk pasar yang besar dalam pengembangan wisata berbasis masjid. Dalam konteks observasi lapangan, empat masjid dipilih sebagai unit analisis berdasarkan representasi geografis, nilai historis, keunikan arsitektural, serta daya tarik sosial dan digital. Keempat masjid tersebut meliputi Masjid Raya Al-Jabbar (Bandung), Masjid Sang Cipta Rasa (Cirebon), Masjid Agung Al-Imam (Majalengka), dan Masjid Kubah Emas Dian Al-Mahri (Depok). Terkait pemilihan lokasi masjid akan dijelaskan lebih lanjut pada Bab 3.

⁴¹ Fred Bronner dan Robert De Hoog, "Vacationers and eWOM: who posts, and why, where, and what?" *Journal of Travel Research* 50, no. 1 (2011): 15–26.

Tabel 1. 2 Alasan Pemilihan Empat Masjid

Aspek	Deskripsi	Referensi
Geografis	Masjid tersebar di Bandung (perkotaan), Cirebon (pusaka budaya pesisir), Depok (urban penyangga ibu kota), dan Majalengka (semi-rural). Pendekatan spasial memungkinkan analisis perbedaan karakteristik antar wilayah.	Shinde, Kiran. "The spatial practice of religious tourism in India: A destinations perspective." <i>Tourism Geographies</i> 24.4-5 (2022): 902-922. Rasoolimanesh, S. Mostafa, et al. "Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development." <i>Tourism management</i> 60 (2017): 147-158
Historis & Budaya	Masjid Sang Cipta Rasa terkait dengan Wali Sanga dan Kesultanan Cirebon, dibangun abad ke-15 dan menjadi bagian dari Keraton Kasepuhan. Memiliki nilai warisan dan estetika budaya tinggi.	Kinasih et al. (2024), Agustina (2017), Wijaya et al. (2023) Syaefudin, Mochamad, and Andi Faisal Bakti. "Dakwah Kultural Jelajah Masjid Kuno Sebagai Destinasi Wisata Religi Baru Di Kota Cirebon." <i>Jurnal at-Taghyir: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Desa</i> 7.2 (2025): 269-290. Wulandari, Dian, et al. "Great Mosque of Sang Cipta Rasa Cirebon as Representation of the Muslim Community in Cirebon." <i>Third International Conference on Communication, Language, Literature, and Culture (ICCoLliC 2024)</i> . Atlantis Press, 2024.
Arsitektural	Masjid Dian Al-Mahri dengan kubah emas dan skala megah, serta Masjid Al-Jabbar dengan gaya arsitektur simbolik Sunda menjadi ikon visual wisata religi modern.	Yohana Dea Rachela dan Anisa Anisa, "Kajian Konsep Arsitektur Ikonik Pada Bangunan Masjid: Kasus Masjid Dian Al-Mahri Depok," <i>Purwarupa Jurnal Arsitektur</i> 8, no. 2 (30 Agustus 2024): 91,

		<p>https://doi.org/10.24853/purwarupa.8.2.91-98. J. Jamaludin, Imam Santosa, dan Juarni Anita, "Examining The Symbolic Meaning of Al Jabbar Grand Mosque in Bandung," <i>Journal of Islamic Architecture</i> 7, no. 4 (30 Desember 2023): 760–66, https://doi.org/10.18860/jia.v7i4.21256.</p>
Sosial & Digital	Masjid Al-Imam Majalengka menerapkan pendekatan community-based tourism dengan partisipasi komunitas.	<p>Septiana Hidayanti dan Achmad Room Fitrianto, "Community based tourism (CBT) Pada Kawasan Wisata Religi dan Peningkatan Ekonomi Masyarakat," <i>Dedication : Jurnal Pengabdian Masyarakat</i> 6, no. 1 (24 Maret 2022): 43–50, https://doi.org/10.31537/dedication.v6i1.656. Holina Holina dan Raden Roro Sri Rejeki Waluyajati, "Komodifikasi Agama: Masjid Agung As-Salam Kota Lubuk Linggau sebagai Destinasi Wisata Religi," <i>Jurnal Iman dan Spiritualitas</i> 3, no. 3 (31 Oktober 2023): 455–64,</p>

Sumber: Hasil penelusuran artikel, diolah

Kendati pendekatan 3A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas) telah menjadi kerangka utama dalam analisis destinasi pariwisata, aplikasinya dalam konteks wisata syariah berbasis masjid masih belum banyak dieksplorasi secara mendalam, khususnya di Indonesia. Masjid yang memiliki nilai historis, arsitektural, dan spiritual belum sepenuhnya dimanfaatkan sebagai destinasi unggulan. Aspek amenitas dan aksesibilitas juga belum banyak dikaji dari sudut pandang syariah yang mempertimbangkan kebutuhan spesifik wisatawan Muslim. Selain itu, masih minim studi yang menjadikan *electronic word of mouth* (e-WOM) sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara 3A dan

minat berkunjung, padahal literatur kontemporer menunjukkan bahwa ulasan digital memainkan peran penting dalam memengaruhi persepsi dan keputusan wisatawan. Celah inilah yang menjadi landasan penting untuk dikaji lebih lanjut, terutama dalam kerangka ekonomi dan maqāsid al-syarī‘ah. Penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut dengan mengajukan model konseptual integratif yang merepresentasikan dinamika pengembangan masjid sebagai destinasi wisata syariah yang berkelanjutan sehingga diminati wisatawan untuk dikunjungi.

Tabel 1. 3 Indikator Masjid Sebagai Destinasi Wisata

No.	Indikator	Penjelasan	Referensi
1	Aksesibilitas	Masjid yang mudah dijangkau, memiliki konektivitas transportasi yang baik, serta dilengkapi petunjuk arah yang jelas akan meningkatkan kenyamanan dan kemudahan wisatawan dalam berkunjung.	Moghavvemi, Sedigheh, dkk. "Factors contributing to mosque tourism in Malaysia." <i>Enhancing Halal Sustainability: Selected Papers from the 4th International Halal Conference 2019</i> . Springer Singapore, 2021. Ali, Syamsuri, Laila Maharani, dan M. Indra Saputra. "Supporting Models for Determining Religious Tourism Location Through The AHP (Analytical Hierarchy Process) Method." <i>Journal of Namibian Studies</i> 34 (2023).
2	Nilai Historis	Masjid yang memiliki keterkaitan erat dengan sejarah Islam atau tokoh penting dalam penyebaran agama Islam di daerah	Aprilia, Lavenia, Panji Suminar, and Diyas Widiyarti. "Development of The Religious Tourism Attraction of The Great Mosque of Sultan Abdullah as A Leading Destination in Lebong Regency." <i>Dinasti International Journal of Education Management & Social Science</i> 6.2 (2024). Fazary, Muhammad Satria Faldi, and Bambang Pranggono. "Identifikasi Faktor-Faktor Pendukung dan

			Penghambat dalam Peningkatan Wisata Religi di Kawasan Masjid Manonjaya di Tasikmalaya." <i>Bandung Conference Series: Urban & Regional Planning</i> . Vol. 2. No. 2. 2022.
3	Keunikan Arsitektur	Masjid memiliki gaya arsitektur khas yang menggabungkan elemen budaya lokal dan Islam.	Aprilia, Lavenia, Panji Suminar, and Diyas Widiyarti. "Development of The Religious Tourism Attraction of The Great Mosque of Sultan Abdullah as A Leading Destination in Lebong Regency." <i>Dinasti International Journal of Education Management & Social Science</i> 6.2 (2024). Moghavvemi, Sedigheh, dkk. "Factors contributing to mosque tourism in Malaysia." <i>Enhancing Halal Sustainability: Selected Papers from the 4th International Halal Conference 2019</i> . Springer Singapore, 2021.
4	Kelengkapan Fasilitas	Fasilitas masjid memadai seperti toilet, area parkir, pusat informasi, tempat wudhu, ruang edukasi	Aprilia, Lavenia, Panji Suminar, and Diyas Widiyarti. "Development of The Religious Tourism Attraction of The Great Mosque of Sultan Abdullah as A Leading Destination in Lebong Regency." <i>Dinasti International Journal of Education Management & Social Science</i> 6.2 (2024). Fazary, Muhammad Satria Faldi, and Bambang Pranggono. "Identifikasi Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Peningkatan Wisata Religi di Kawasan Masjid Manonjaya di Tasikmalaya." <i>Bandung Conference Series: Urban & Regional Planning</i> . Vol. 2. No. 2. 2022.

5	Daya Tarik Sosial Budaya	Masjid memiliki kegiatan keagamaan dan sosial yang aktif, bazar, festival Islami.	Aprilia, Lavenia, Panji Suminar, and Diyas Widiyarti. "Development of The Religious Tourism Attraction of The Great Mosque of Sultan Abdullah as A Leading Destination in Lebong Regency." <i>Dinasti International Journal of Education Management & Social Science</i> 6.2 (2024). Muhajarah, Kurnia. "Da'wah bi al-Hal: Mosque-Based Religious Tourism Destination Management at Great Mosque of Demak." <i>Wahana Akademika: Jurnal Studi Islam Dan Sosial</i> 9.2 (2022): 89-103.
6	Daya Dukung Lingkungan	Lingkungan masjid terjaga kebersihan, keamanan, kenyamanan, dan manajemen wisata lokal.	Ali, Syamsuri, Laila Maharani, dan M. Indra Saputra. "Supporting Models for Determining Religious Tourism Location Through The AHP (Analytical Hierarchy Process) Method." <i>Journal of Namibian Studies</i> 34 (2023). Fazary, Muhammad Satria Faldi, and Bambang Pranggono. "Identifikasi Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat dalam Peningkatan Wisata Religi di Kawasan Masjid Manonjaya di Tasikmalaya." <i>Bandung Conference Series: Urban & Regional Planning</i> . Vol. 2. No. 2. 2022.
7	Eksistensi Digital	Website, media sosial aktif, ulasan digital, dan platform pariwisata.	Ali, Syamsuri, Laila Maharani, dan M. Indra Saputra. "Supporting Models for Determining Religious Tourism Location Through The AHP (Analytical Hierarchy Process) Method." <i>Journal of Namibian Studies</i> 34 (2023).

			Moghavvemi, Sedigheh, dkk. "Factors contributing to mosque tourism in Malaysia." <i>Enhancing Halal Sustainability: Selected Papers from the 4th International Halal Conference 2019</i> . Springer Singapore, 2021.
--	--	--	--

Sumber: Hasil penelusuran artikel, diolah

Berdasarkan latar belakang dan relevansi empiris yang telah diuraikan, maka disertasi ini mengambil fokus pada pengaruh faktor-faktor utama dalam pengembangan destinasi wisata syariah berbasis masjid. Penelitian diarahkan untuk menganalisis keberadaan atraksi, amenities dan aksesibilitas dapat memengaruhi minat kunjungan wisatawan ke masjid dengan mempertimbangkan peran e-WOM sebagai variabel moderasi yang memediasi kekuatan hubungan antara variabel-variabel tersebut. Judul yang penulis ajukan dalam penelitian disertasi ini adalah: "**Pengaruh Daya Tarik, Aksesibilitas, dan Amenitas terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Masjid di Jawa Barat dengan e-WOM sebagai Variabel Moderasi.**"

B. Rumusan Masalah

Latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya menunjukkan bahwa wisata memiliki manfaat multidimensional, khususnya dalam aspek ekonomi, sosial, dan budaya. Meskipun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa masih banyak kalangan masyarakat dan pemangku kebijakan yang belum melihat masjid sebagai destinasi wisata yang potensial dan layak dikembangkan. Padahal, dengan kekayaan sejarah, nilai arsitektural, dan fungsi sosial keagamaannya, masjid memiliki potensi besar sebagai bagian dari pengembangan wisata religi, khususnya di wilayah yang mayoritas penduduknya beragama Islam seperti Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan permasalahan inti tersebut diturunkan pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh atraksi terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di Provinsi Jawa Barat?
2. Bagaimana pengaruh amenities terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di Provinsi Jawa Barat?
3. Bagaimana pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di Provinsi Jawa Barat?
4. Bagaimana peran moderasi e-WOM dalam memperkuat pengaruh atraksi, amenities, dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di Provinsi Jawa Barat?
5. Bagaimana pengaruh atraksi, amenities, dan aksesibilitas secara simultan terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di Provinsi Jawa Barat?

Formulasi rumusan masalah tersebut akan menjadi dasar penting dalam penyusunan kerangka teoritis yang merepresentasikan hubungan antarvariabel yang diteliti, serta sebagai landasan dalam merumuskan hipotesis penelitian. Selain itu, rumusan masalah ini juga menjadi acuan dalam pemilihan metode analisis yang sesuai, termasuk teknik statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh langsung maupun pengaruh moderasi antar variabel.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk memberikan kontribusi terhadap pemahaman konseptual dan praktis dalam pengembangan wisata masjid yang bernilai ekonomis, khususnya di Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan faktor-faktor penentu yang memengaruhi minat kunjungan wisatawan ke masjid sebagai destinasi wisata religi, serta memberikan wawasan strategis dalam pengelolaan destinasi berbasis prinsip-prinsip pariwisata syariah yang berkelanjutan. Tujuan tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh atraksi terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di Provinsi Jawa Barat.
2. Menganalisis pengaruh amenitas terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di Provinsi Jawa Barat.
3. Menganalisis pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di Provinsi Jawa Barat.
4. Menganalisis peran moderasi e-WOM dalam memperkuat pengaruh atraksi, amenitas, dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di Provinsi Jawa Barat.
5. Menganalisis pengaruh simultan atraksi, amenitas, dan aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di Provinsi Jawa Barat.

Berdasarkan pencapaian tujuan-tujuan ini, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang menyeluruh dan aplikatif serta memberikan kontribusi empiris terhadap literatur pariwisata syariah dan perilaku wisatawan muslim di Indonesia.

D. Manfaat Hasil Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Kontribusi terhadap Pengembangan Ekonomi Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syariah dan pariwisata halal. Dengan fokus pada pengembangan destinasi wisata masjid, penelitian ini memperluas cakupan kajian wisata religi yang selama ini masih terbatas pada aspek spiritual semata, menuju pendekatan yang lebih holistik berbasis ekonomi, budaya, dan digitalisasi promosi.

- b. Penerapan Teori dalam Konteks Wisata Berbasis Masjid

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan bagaimana teori-teori yang berkaitan dengan perilaku wisatawan, pengembangan destinasi (*destination development*), dan komunikasi pemasaran digital dapat diaplikasikan dalam konteks wisata syariah. Secara khusus, penelitian ini akan menguji kesesuaian

antara teori dan praktik dalam menjelaskan peran atraksi, aksesibilitas, dan amenitas pada destinasi wisata masjid di Provinsi Jawa Barat, serta bagaimana peran e-WOM sebagai strategi komunikasi modern mampu memoderasi pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap minat kunjungan wisatawan.

2. Kegunaan Praktis

a. Memberikan Gambaran Empiris tentang Faktor Penentu Minat Kunjungan Wisatawan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata mengenai peran keberadaan atraksi, aksesibilitas, dan amenitas pada destinasi wisata masjid di wilayah Jawa Barat, serta bagaimana e-WOM berperan dalam memikat minat kunjungan wisatawan. Informasi ini penting bagi pengelola destinasi, pemerintah daerah, maupun pelaku industri pariwisata dalam menyusun strategi promosi dan pengembangan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan muslim.

b. Sebagai Kritik Konstruktif terhadap Implementasi Pengelolaan Destinasi Wisata Masjid

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi kritik konstruktif terhadap peran dan pengelolaan elemen-elemen penting dalam destinasi wisata masjid yang selama ini belum dimaksimalkan. Dengan demikian, hasil kajian ini dapat menjadi masukan bagi pengelola masjid, pemerintah, dan stakeholder terkait dalam meningkatkan daya saing dan kualitas pelayanan destinasi wisata religi berbasis syariah.

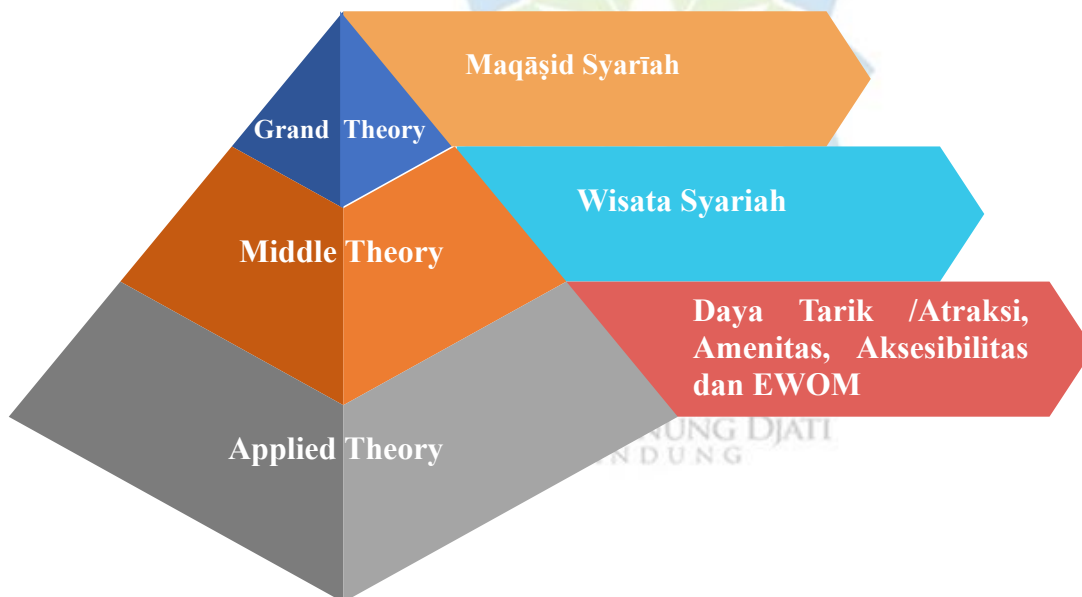
c. Menjadi Bahan Evaluasi dan Referensi Pengembangan Kebijakan Pariwisata

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi, referensi, maupun inspirasi bagi para praktisi, akademisi, pengambil kebijakan, dan pemerhati pariwisata dalam mengembangkan kebijakan kepariwisataan yang lebih efektif, kontekstual, dan berkelanjutan, khususnya di wilayah Provinsi Jawa Barat.

E. Kerangka Berfikir

Penelitian ini menggunakan beberapa teori yang relevan untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian. Pada tingkat makro (*grand theory*), penelitian ini mengacu pada *Maqāṣid al-Syarī'ah* sebagai landasan filosofis dalam penetapan hukum Islam. Teori tersebut kemudian diturunkan ke dalam *middle-range theory*, yaitu konsep wisata syariah, di mana masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga memiliki fungsi ekonomi, sosial, dan budaya. Selanjutnya, pada tingkat operasional, penelitian ini menggunakan kerangka teori pengembangan pariwisata yang mencakup unsur atraksi, amenitas, aksesibilitas, serta promosi digital melalui e-WOM sebagai strategi untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan ke masjid sebagai destinasi wisata.

Gambar 1. 1 Kerangka Berfikir



Maqāṣid Syarī'ah merupakan landasan normatif dalam hukum Islam, dipahami sebagai segala sesuatu yang bernilai baik, menghadirkan keuntungan atau kesejahteraan, memberikan ketenangan, serta bebas dari unsur kerusakan atau

kemadharatan⁴². Implementasi maqāsid syarī‘ah bertujuan melindungi lima aspek utama kehidupan manusia, yaitu agama (*ḥifẓ al-dīn*), jiwa (*ḥifẓ al-nafs*), akal (*ḥifẓ al-‘aql*), keturunan (*ḥifẓ al-nasl*), dan harta (*ḥifẓ al-māl*). Dalam konteks pengembangan wisata syariah, khususnya wisata masjid, maqāsid syarī‘ah tidak hanya berfungsi sebagai kerangka filosofis, tetapi juga sebagai panduan praktis untuk menjamin kesesuaian nilai-nilai Islam dalam praktik pariwisata. Masjid sebagai destinasi tidak hanya mengemban fungsi ibadah, tetapi juga dapat memperkuat dimensi spiritual, edukatif, dan sosial-ekonomi. Implementasi nilai *ḥifẓ al-dīn* tercermin dalam peningkatan literasi keagamaan melalui kunjungan dan edukasi masjid, sedangkan *ḥifẓ al-māl* terwujud dalam upaya pemberdayaan ekonomi lokal melalui wisata halal. Selanjutnya, dimensi *ḥifẓ al-‘aql* dan *ḥifẓ al-nafs* dapat diintegrasikan melalui penyediaan lingkungan wisata yang edukatif, aman, dan sehat, serta *ḥifẓ al-nasl* melalui promosi wisata berbasis keluarga yang menjunjung nilai moral dan spiritual. Faidah dkk. menekankan bahwa pendekatan maqāsid dalam pariwisata memberikan kerangka yang lebih luas dibanding sekadar pemenuhan aspek halal dan haram⁴³. Sementara itu, Salahudin menguraikan bahwa konsep wisata Islam berbasis maqāsid memungkinkan terbentuknya pengalaman spiritual dan destinasi yang beretika⁴⁴.

Maqāsid al-Syarī‘ah dapat diimplementasikan secara aplikatif dalam pengembangan wisata masjid sebagai bagian dari pariwisata Islam. Pertama, *ḥifẓ al-dīn* terwujud melalui aktivitas edukasi dan spiritual⁴⁵ seperti kajian keagamaan, ziarah sejarah Islam, dan penyelenggaraan program dakwah yang memperkuat kesadaran religius pengunjung. Kedua, *ḥifẓ al-nafs* diaplikasikan dengan menyediakan fasilitas yang aman, bersih, dan ramah bagi keluarga serta lansia, yang

⁴² Eka Rahayuningsih dan M. Lathoif Ghozali, “Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 135, <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>.

⁴³ Mutimmatul Faidah dkk., “Exploring muslim tourist needs at Halal Spa facilities to support Indonesia’s Sharia Tourism,” *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage* 9, no. 1 (2021): 11.

⁴⁴ Muh Salahuddin, “Maqashid al-Shariah, Social Dialogue, and Tourism Development in Lombok,” *Journal of Environmental Management & Tourism* 13, no. 8 (2022): 2213–21.

⁴⁵ Yousef Casewit, “Al-Ghazālī’s virtue ethical theory of the Divine Names: The theological underpinnings of the doctrine of takhalluq in al-maqṣad al-asnā,” *Journal of Islamic ethics* 4, no. 1–2 (2020): 155–200.

menjadi kebutuhan dasar wisatawan⁴⁶. Ketiga, *hifz al-‘aql* didukung oleh penyediaan informasi sejarah dan arsitektur masjid melalui media digital dan pemandu wisata, guna meningkatkan wawasan pengunjung⁴⁷. Keempat, *hifz al-nasl* diwujudkan Penyediaan program edukatif dan fasilitas ramah keluarga. Aktivitas seperti tur sejarah Islam, lomba anak bertema religi, serta seminar keluarga Islami memperkuat nilai moral dan spiritual generasi muda. Fasilitas seperti taman edukatif, perpustakaan anak, dan ruang menyusui menambah kenyamanan bagi keluarga Muslim. Kelima, *hifz al-māl* terealisasi dalam bentuk pemberdayaan ekonomi umat, seperti pengembangan UMKM halal, bazar keagamaan, dan pengelolaan zakat atau wakaf berbasis wisata⁴⁸.

Pendekatan wisata syariah sebagai *middle-range theory* digunakan untuk menjelaskan fenomena pengembangan destinasi berbasis masjid. Pendekatan ini menjembatani antara nilai-nilai normatif Islam yang diwakili oleh *grand theory* Maqāsid al-Syarī‘ah dengan realitas empiris di lapangan. Wisata syariah merujuk pada bentuk aktivitas pariwisata yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah dalam seluruh dimensinya mulai dari penyediaan atraksi, akomodasi, konsumsi halal, sistem transaksi ekonomi, hingga etika interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal⁴⁹.

Pendekatan wisata syariah tidak dapat dipisahkan dari kerangka ekonomi syariah. Dalam kerangka ini, pengembangan destinasi wisata berbasis masjid mencerminkan implementasi nyata dari ekonomi syariah di sektor pariwisata⁵⁰. Wisata syariah tidak hanya menyediakan fasilitas halal seperti makanan,

⁴⁶ Lucky Nugroho dkk., “Ekosistem bisnis wisata halal dalam perspektif maqasid syariah,” *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal* 3, no. 2 (2019): 92–104.

⁴⁷ Hasna Azhaari, “Pariwisata Religi Sebagai Pariwisata Berkelanjutan: Preferensi Penunjang Ekonomi Kerakyatan di Kota Semarang,” *Jurnal Manajemen Dakwah* 10, no. 1 (2024): 1–26.

⁴⁸ Moh Mufid, “Fikih Ekowisata Berbasis Maqasid al-Syari‘ah (Studi Pengelolaan Wisata Alam Hutan Mangrove di Wonorejo Kota Surabaya),” *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam* 13, no. 1 (2019): 83–98.

⁴⁹ Mohamed Battour dan Mohd Nazari Ismail, “Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future,” *Tourism management perspectives* 19 (2016): 150–54.

⁵⁰ Ranita Pranika dkk., “Analysis of The Global Muslim Travel Index (Gmti) Muslim-Friendly Tourism in Improving Community Economy Reviewed From an Islamic Economic Perspective,” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7, no. 3 (2023): 1267–84, <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3535>.

akomodasi, dan tempat ibadah, tetapi juga menciptakan nilai tambah ekonomi yang berkelanjutan melalui pemberdayaan masyarakat lokal dan penciptaan lapangan kerja⁵¹. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan destinasi wisata mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan memperkuat struktur ekonomi mikro secara inklusif⁵².

Kegiatan berwisata pada umumnya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan rekreasi, hiburan, dan penyegaran pikiran setelah menjalani rutinitas kehidupan sehari-hari. Aktivitas ini memiliki dimensi sosial, psikologis, dan ekonomis yang signifikan dalam kehidupan manusia modern. Menurut I Gede Pitana, pariwisata bahkan dapat dikategorikan sebagai salah satu kebutuhan dasar manusia karena setiap individu secara psikis memerlukan waktu untuk beristirahat, memperoleh kejernihan pikiran, serta ketenangan batin yang tidak dapat dipenuhi semata-mata melalui aktivitas ekonomi maupun ibadah formal⁵³. Dalam konteks Islam, mengingat bahwa pariwisata merupakan bagian dari aktivitas ekonomi, maka seluruh praktiknya harus dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah agar selaras dengan etika muamalah dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai keislaman.

Wisata syariah telah berkembang menjadi salah satu tren bisnis baru dalam industri pariwisata global, yang menawarkan ceruk pasar ekonomi yang besar, khususnya di kalangan wisatawan Muslim⁵⁴. Di berbagai belahan dunia, istilah wisata syariah dikenal dengan beragam terminologi seperti *Islamic tourism*, *syari'ah tourism*, *halal travel*, *halal-friendly tourism destination*, *Muslim-friendly travel destinations*, dan *halal lifestyle*⁵⁵. Meskipun berbeda dalam penyebutan, seluruh istilah tersebut menekankan pada prinsip yang sama, yaitu kepatuhan

⁵¹ Amini Amir Abdullah dkk., "Islamic Tourism: The Characteristics, Concept and Principles," *KnE Social Sciences*, advance online publication, 14 Juli 2020, <https://doi.org/10.18502/kss.v4i9.7326>.

⁵² Karen Katalina dkk., "Kebijakan Pariwisata Syariah Untuk Peningkatan Pembangunan Ekonomi Daerah Surabaya," *MENAWAN : Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi* 2, no. 1 (2023): 266–76, <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i1.196>.

⁵³ G Pitana dan P Gayatri, *Sosiologi Pariwisata Yogyakarta* (Andi, 2005). 50-51

⁵⁴ Alfonso Vargas-Sánchez dan María Moral-Moral, "Halal tourism: state of the art," *Tourism Review* 74, no. 3 (2019): 385–99, <https://doi.org/10.1108/TR-01-2018-0015>.

⁵⁵ Aan Jaelani, "Halal tourism industry in Indonesia: Potential and prospects," *Munich Personal Repec Archive (MPRA)*, no. 76237 (2017): 1–22.

terhadap syariat Islam, yang mencakup aspek kehalalan dan thayib (pelayanan yang baik dan bermutu) dalam seluruh rantai aktivitas wisata, mulai dari niat dan persiapan perjalanan, aktivitas di lokasi destinasi, hingga proses kembali ke tempat asal⁵⁶.

Aktivitas kepariwisataan dapat dipandang mengandung makna syariah apabila kegiatan tersebut dilandasi oleh tujuan-tujuan yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Makna syariah tidak hanya merujuk pada legalitas halal suatu produk atau layanan, tetapi lebih jauh menyangkut orientasi, niat, dan dampak dari aktivitas wisata itu sendiri terhadap aspek spiritual, sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dalam Disertasi Tetty Yuliaty yang berjudul *Model Wisata Halal Sustainable di Indonesia*, dijelaskan bahwa terdapat empat pokok tujuan kepariwisataan yang sejalan dengan syariah, yaitu: (1) memperkuat keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT, (2) mempererat ukhuwah islamiyah atau solidaritas sosial di antara sesama Muslim, (3) meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat melalui pemberdayaan ekonomi berbasis wisata halal, serta (4) menjaga kelestarian lingkungan dan budaya lokal sebagai bentuk amanah dan tanggung jawab khalifah di bumi. Berdasarkan kerangka tersebut, kegiatan pariwisata syariah tidak hanya menjadi sarana rekreasi semata, tetapi juga merupakan media dakwah, penguatan identitas keislaman, serta pembangunan berkelanjutan yang sejalan dengan maqashid syariah. Dengan demikian, pariwisata dalam perspektif syariah mencerminkan perpaduan antara nilai spiritual dan tujuan pembangunan yang berkeadilan dan berkelanjutan⁵⁷.

Kehadiran wisata syariah dipandang sebagai bentuk inovasi dalam industri pariwisata modern yang mengintegrasikan nilai-nilai religius ke dalam pengalaman perjalanan. Tidak sekadar berorientasi pada pemenuhan kebutuhan rekreasi jasmani dan hiburan, wisata syariah berfungsi sebagai sarana ibadah, dakwah, serta refleksi spiritual yang memperkuat identitas keislaman wisatawan Muslim⁵⁸. Dalam

⁵⁶ Encep Saepudin, "Integrasi Value Chain Pariwisata Halal Terhadap Pembiayaan Bank Syariah Dalam Ekosistem Pariwisata Halal di Lombok" (Dissertation, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2021), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57271>.

⁵⁷ Tetty Yuliaty, "Disertasi: Model Wisata Halal Sustainable Di Indonesia" (Medan, Program Doktor Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara, 2020). 105-108

⁵⁸ Siti Anis Laderlah dkk., "A study on Islamic tourism: a Malaysian experience," 17 (2011): 184–89.

praktiknya, pendekatan ini menekankan pada prinsip halal dalam seluruh aspek penyelenggaraan, mulai dari akomodasi, kuliner, hingga interaksi sosial dan layanan jasa pariwisata⁵⁹.

Wisata syariah merupakan konsep pariwisata berbasis nilai-nilai Islam yang berupaya memadukan tiga dimensi utama dalam pengalaman wisata, yaitu kesenangan, nilai ibadah, dan pesan dakwah. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan relaksasi dan rekreasi jasmani, tetapi juga mengarahkan aktivitas wisata pada dimensi spiritual yang lebih mendalam. Dalam kerangka ini, *wisata syariah* menekankan pentingnya keseimbangan antara kebahagiaan dunia dan keselamatan akhirat, serta mengharmonisasikan hubungan manusia dengan Tuhannya (*ḥablun min Allāh*) dan dengan sesama manusia (*ḥablun min al-nās*). Hal ini menjadikan *wisata syariah* tidak sekadar sarana pelesir, melainkan wahana edukasi spiritual, transformasi moral, dan penguatan identitas keislaman wisatawan⁶⁰.

Ciri pembeda utama antara *wisata syariah* dan pariwisata konvensional terletak pada adanya komitmen dan jaminan dari para pemangku kepentingan, termasuk pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat bahwa seluruh aktivitas wisata yang ditawarkan selaras dengan prinsip *halalan tayyiban*. Dengan begitu, wisata syariah tidak hanya merepresentasikan adaptasi nilai keislaman terhadap gaya hidup modern, tetapi juga menjadi medium penguatan spiritual, edukasi religius, dan perwujudan visi Islam sebagai agama yang membawa rahmat bagi semesta alam (*rahmatan li al-‘ālamīn*). Seperti dijelaskan dalam penelitian Battour dkk. keberhasilan wisata syariah terletak pada integrasi antara dimensi spiritual dan kepuasan wisatawan, serta pentingnya kolaborasi seluruh pemangku kepentingan

⁵⁹ Mohamed Battour dkk., “Islamic attributes of destination: Construct development and measurement validation, and their impact on tourist satisfaction,” *International Journal of tourism research* 16, no. 6 (2014): 556–64.

⁶⁰ Lina Munirah Kamarudin dan Hairul Nizam Ismail, “Developing framework of Muslim tourists typology from the perspective of pilgrimage tourism,” conference paper presented pada International Conference on Hospitality, Leisure and Tourism (ICHLST), 2014.

dalam menyediakan pengalaman yang sesuai syariah tanpa mengurangi kualitas layanan wisata itu sendiri.⁶¹

Pendekatan wisata syariah berbasis masjid menempatkan teori 3A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas) sebagai fondasi penting dalam mengukur kesiapan dan daya saing suatu destinasi. Masjid sebagai destinasi wisata memiliki atraksi utama berupa keindahan arsitektur, nilai historis, dan kegiatan keagamaan yang khas. Fasilitas penunjang seperti tempat wudu, perpustakaan Islam, dan area istirahat turut memperkuat aspek amenitas. Aksesibilitas yang baik, seperti kemudahan transportasi dan ketersediaan informasi digital, juga menjadi penentu keberhasilan suatu destinasi religi. Ketiga elemen ini kemudian diperkuat oleh peran e-WOM yang memungkinkan wisatawan untuk berbagi pengalaman religius mereka secara luas melalui media sosial dan platform digital, yang berdampak signifikan pada pembentukan citra dan minat kunjung. Studi oleh Agusti⁶² dan Hasanah dkk⁶³. menunjukkan bahwa optimalisasi elemen 3A dapat meningkatkan daya tarik masjid sebagai destinasi wisata halal, sementara riset oleh Ridho dan Riyanto mengonfirmasi peran strategis e-WOM dalam pemasaran wisata syariah di era digital⁶⁴

Pendekatan 3A (Atraksi, Amenitas, dan Aksesibilitas) digunakan secara luas dalam kajian kepariwisataan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kesiapan suatu destinasi. Ketiga elemen ini berfungsi sebagai indikator penting dalam membentuk persepsi dan pengalaman wisatawan. Dalam konteks wisata syariah berbasis masjid, atraksi mencakup dimensi spiritual dan historis, seperti keunikan arsitektur Islam, peninggalan sejarah dakwah, serta nilai-nilai religius yang melekat

⁶¹ Mohamed Battour dkk., "The Perception of Non-Muslim Tourists towards Halal Tourism: Evidence from Turkey and Malaysia," *Journal of Islamic Marketing*, no. 4 (18 Oktober 2018): 823–40, <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0072>.

⁶² Netta Agusti, "Development of 3A Perspectives to Assessment of Mosque Tourism Readiness: At-Taqwa Grand Mosque in Bengkulu City as Case," *QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah* 4, no. 1 (2023): 17–32, <https://doi.org/10.54396/qlb.v4i1.961>.

⁶³ Lailatul Hasanah dkk., "Tourism Development Strategy Through 3A Elements in Sunan Kalijaga Religious Tourism Object," *Munazzama: Journal of Islamic Management and Pilgrimage* 3, no. 1 (2023): 67–82, <https://doi.org/10.21580/mz.v3i1.16857>.

⁶⁴ Ridho dan Riyanto, "Marketing of Sharia Halal Beach Tourism Through e-WOM."

pada masjid. Atraksi semacam ini memiliki keunggulan imaterial yang kuat karena membangkitkan pengalaman spiritual, terutama bagi wisatawan Muslim⁶⁵.

Amenitas dalam konteks wisata syariah mencakup penyediaan fasilitas yang mendukung kenyamanan wisatawan Muslim secara holistik. Fasilitas seperti toilet bersih yang terpisah, area wudhu yang memadai, ruang menyusui, tempat penitipan barang, serta kios makanan dan souvenir bersertifikasi halal menjadi aspek penting yang tidak hanya menunjang kenyamanan, tetapi juga mencerminkan nilai kepatuhan terhadap prinsip syariah. Penelitian oleh Battour dkk. menyatakan bahwa persepsi terhadap kelengkapan dan kesesuaian amenitas halal secara signifikan memengaruhi kepuasan dan niat kunjungan ulang wisatawan Muslim⁶⁶

Aksesibilitas turut menjadi elemen strategis, mencakup kemudahan mobilitas fisik dan digital. Selain faktor transportasi seperti keterjangkauan lokasi, tersedianya petunjuk arah dan transportasi publik yang ramah Muslim, keberadaan platform digital seperti peta masjid di Google Maps, ulasan halal di TripAdvisor, serta aplikasi wisata Muslim memperluas keterjangkauan informasi dan membentuk persepsi positif terhadap destinasi⁶⁷. Kemudahan akses ini mendorong pengambilan keputusan dan menciptakan pengalaman kunjungan yang lancar dan sesuai syariah⁶⁸.

Integrasi teori pada tiga level yakni *grand theory* Maqāṣid al-Syarī‘ah, *middle theory* wisata syariah, dan *applied theory* konsep 3A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas) serta e-WOM memberikan kerangka konseptual yang utuh untuk memahami pengembangan masjid sebagai destinasi wisata syariah. Maqāṣid al-Syarī‘ah menyediakan fondasi normatif-spiritual sebagai landasan filosofis dalam menilai kebermanfaatan kegiatan wisata. Sementara itu, pendekatan wisata syariah

⁶⁵ Farooq Haq dan John Jackson, “Spiritual Journey to Hajj: Australian and Pakistani Experience and Expectations,” *Journal of Management, Spirituality & Religion* 6, no. 2 (2009): 141–56, <https://doi.org/10.1080/14766080902815155>.

⁶⁶ Mohamed Battour dkk., “The impact of destination attributes on Muslim tourist’s choice,” *International Journal of tourism research* 13, no. 6 (2011): 527–40.

⁶⁷ Stephen Pratt dkk., “Gross Happiness of a ‘tourism’ Village in Fiji,” *Journal of Destination Marketing & Management* 5, no. 1 (2016): 26–35, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.11.001>.

⁶⁸ Hatem El-Gohary, “Halal tourism, is it really halal?,” *Tourism Management Perspectives* 19 (2016): 124–30.

sebagai teori tingkat menengah menjembatani nilai-nilai tersebut dengan realitas empiris dunia pariwisata, menekankan pentingnya keseimbangan antara kebutuhan spiritual dan rekreatif. Pada level aplikasi, konsep 3A dan e-WOM digunakan untuk mengukur kesiapan destinasi masjid serta efektivitas promosi digital dalam memengaruhi keputusan wisatawan Muslim. Seluruh teori ini akan dibahas secara lebih mendalam dalam Bab II untuk memperkuat kerangka teoritis dan landasan analisis penelitian.

F. Hipotesis

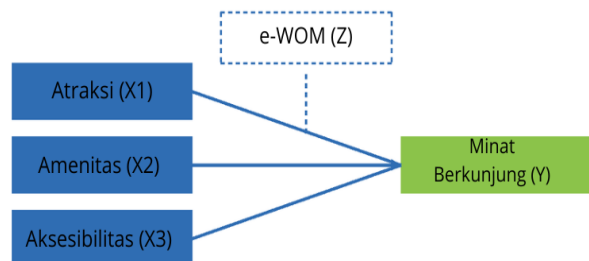
Berdasarkan latar belakang, tujuan, dan model konseptual dalam penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan penulis adalah sebagai berikut:

- H₀₁: Ketersediaan atraksi tidak berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di wilayah Jawa Barat
- H_{a1}: Ketersediaan atraksi berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di wilayah Jawa Barat
- H₀₂: Ketersediaan amenities tidak berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di wilayah Jawa Barat
- H_{a2}: Ketersediaan amenities berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di wilayah Jawa Barat
- H₀₃: Ketersediaan aksesibilitas tidak berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di wilayah Jawa Barat
- H_{a3}: Ketersediaan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di wilayah Jawa Barat
- H₀₄: Pengaruh atraksi, amenities dan aksesibilitas tidak mampu dimoderasi e-WOM terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di wilayah Jawa Barat
- H_{a4}: Pengaruh ketersediaan atraksi, amenities dan aksesibilitas mampu dimoderasi e-WOM terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di wilayah Jawa Barat

- H₀₅: Pengaruh ketersediaan atraksi, amenities dan aksesibilitas secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di wilayah Jawa Barat
- H_{a5}: Pengaruh atraksi, amenities dan aksesibilitas secara simultan berpengaruh positif terhadap minat berkunjung wisatawan ke destinasi wisata masjid di wilayah Jawa Barat

Hipotesis-hipotesis tersebut akan diuji menggunakan pendekatan kuantitatif melalui analisis regresi linear berganda dan analisis interaksi moderasi, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana kombinasi faktor-faktor destinasi dan kekuatan komunikasi digital memengaruhi minat wisatawan dalam mengunjungi masjid sebagai destinasi wisata masjid.

Gambar 1. 2 Model Penelitian (2025)



Keterangan: Atraksi sebagai variabel X1, Amenitas sebagai variabel X2, dan Aksesibilitas sebagai variabel X3 merupakan variabel independen yang berpengaruh langsung terhadap Minat Berkunjung (Y). e-WOM berperan sebagai variabel moderasi (Z) yang memperkuat hubungan X1, X2, dan X3 terhadap Y. Model ini menggambarkan bahwa peningkatan kualitas atraksi, amenities, dan aksesibilitas akan meningkatkan minat berkunjung, dan pengaruh tersebut menjadi lebih kuat apabila diperkuat oleh persepsi positif melalui e-WOM