

PERSEPSI WISATAWAN TENTANG PRODUK WISATA DI KAWASAN MAKAM SYEKH BURHANUDDIN SEBAGAI DAYA TARIK WISATA RELIGI DI KABUPATEN PADANG PARIAMAN

Abstract

ANNISA PUTRI JUSALDI
Annisa24092001@gmail.com

DWI PRATIWI WULANDARI
 Departement Pariwisata Universitas
 Negeri Padang
dwipratiwi@fpp.unp.ac.id

Penelitian ini dilatar belakangi permasalahan yang berkaitan persepsi wisatawan tentang produk wisata di kawasan Makam Syekh Burhanuddin ditinjau dari 5 indikator yaitu Atraksi Wisata, Fasilitas Wisata, Aksesibilitas, Citra Destinasi dan Harga untuk Wisatawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan Persepsi Wisatawan tentang Produk Wisata di kawasan Makam Syekh Burhanuddin sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Padang Pariaman. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuisioner yang tersusun melibatkan 50 responden dengan menggunakan skala likert yang telah di uji validitas dan reliabilitasnya. Data dari penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS 25.00. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk wisata berada pada kategori kurang baik yaitu 50,89%, dengan perindikator atraksi wisata pada kategori cukup baik yaitu 54,4 %, fasilitas di daerah tujuan wisata pada kategori kurang baik yaitu 44,9 %, aksesibilitas pada kategori kurang baik yaitu 50,8%, citra destinasi pada kategori cukup baik yaitu 53,4% dan harga untuk wisatawan pada kategori kurang baik yaitu 50,8%.

Keywords: Produk wisata, Daya tarik wisata, Wisata religi

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar didunia yang memiliki keanekaragaman flora, fauna, keanekaragaman suku dan budaya. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata yang memiliki potensi wisata yang layak untuk dikembangkan. Menurut UU Kepariwisataan nomor 10 tahun 2009 menjadi landasan hukum atas kebebasan melakukan perjalanan dan memanfaatkan waktu luang dalam wujud berwisata yang merupakan bagian dari hak asasi manusia. Potensi wisata yang ada di Indonesia juga memiliki tiga jenis potensi yaitu potensi alam berupa pantai, gunung, dan hutan, potensi wisata budaya berupa adat istiadat, kerajinan tangan, kesenian serta potensi buatan manusia berupa taman wisata bertema dan berbagai monumen bersejarah. Sumatera Barat adalah Provinsi yang masyarakatnya dikenal religius, karena memiliki penduduk dengan mayoritas beragama Islam sehingga produk – produk yang ditawarkan di Sumatera Barat dominan halal dan ramah muslim, serta semua destinasi wisata mulai dari wisata alam dan budaya sangat memperhatikan kemudahan untuk beribadah sehingga hal tersebut menjadikan Sumatera Barat menjadi wisata religi yang tidak membosankan salah satunya Makam Syekh Burhanuddin di Kabupaten Padang Pariaman.

Kabupaten Padang Pariaman adalah sebuah Kabupaten yang terdapat di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki berbagai daya tarik wisata, termasuk daya tarik wisata religi yaitu pondok mengaji Az-Zikr dan Makam Syekh Burhanuddin. Makam Syekh Burhanuddin adalah suatu objek wisata religi dengan daya tarik berupa makam seorang tokoh Islam yang berpengaruh dalam penyebaran agama Islam di Minangkabau pada tahun 575 s/d 590 H atau 1156 s/d 1171 M. Makam Syekh Burhanuddin ini terletak di Kabupaten Padang Pariaman tepatnya di Ulakan yang berjarak 15 menit dari pusat Kota Pariaman, makam

tersebut berada dikomplek areal pemakaman penduduk, namun karena Syekh Burhanuddin ini adalah sosok yang dianggap berjasa maka dibuatkan bangunan khusus untuk makam beliau, untuk memfasilitasi para peziarah. Orientasi arah makam utara-selatan dengan luas 60m X 60m dengan kuncup yang terbuat dari semen dan lantai keramik seluas 6,33m X 7,82m, dengan Panjang makam 3,78m X 1,95m dengan keramik berwarna biru. Middleton (2009: 122) mengungkapkan bahwa produk wisata dapat “didefinisikan sebagai kesatuan antara komponen-komponen nyata dan tidak nyata berdasarkan aktivitas yang dapat dilakukan pada destinasi tujuan wisata”. Produk wisata di kawasan Makam Syekh Burhanuddin sebagai daya tarik wisata religi seharusnya sudah di penuhi oleh pengelola namun masih banyak terdapat permasalahan seperti kurang terjaganya fasilitas di daerah tempat wisata Makam Syekh Burhanuddin seperti sampah yang masih berserakan serta kondisi tong sampah yang rusak, tidak tersedianya toilet umum di area Makam Syekh Burhanudin, Belum tersedianya transportasi umum menuju Makam Syekh Burhanudin, serta terjadinya covid 19 yang membuat wisatawan tidak dapat melakukan aktifitas berwisata, sehingga terjadi penurunan tingkat kunjungan. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Jumlah wisatawan di Kabupaten Padang Pariaman selama 5 tahun terakhir

Tahun	Jumlah
2018	2.131 244
2019	307 316
2020	261 615
2021	100 144
2022	245 002

Sumber. Dinas Pariwisata dan ekonomi kreatif Provinsi Sumatera Barat, 2023

Berdasarkan tabel diatas jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Padang Pariaman mengalami penurunan yang signifikan yaitu pada tahun 2021, yang diakibatkan pandemi covid 19 di daya tarik wisata religi Makam Syekh Burhanuddin. penulis menemukan beberapa permasalahan diantaranya beberapa pengunjung tidak mengetahui tentang tradisi basapa, selain itu terkait fasilitas wisatawan mengeluhkan banyaknya sampah yang berserakan dan kondisi tempat sampah yang sudah rusak, kemudian masalah yang berkaitan dengan fasilitas belum adanya lahan parkir dan toilet, selanjutnya terkait aksesibilitas belum tersedianya transportasi umum serta jalan yang sempit dikarenakan banyaknya orang yang berjualan dibibir jalan dan untuk citra destinasi beberapa wisatawan merasakan tidak nyaman dengan banyaknya orang yang meminta sumbangan dengan cara memaksa wisatawan untuk memberi uang di area Makam tersebut. Hal ini berkaitan dengan indikator produk wisata religi menurut Middleton (2009) yaitu atraksi wisata, fasilitas di daerah tujuan wisata, aksesibilitas, citra destinasi dan harga untuk wisatawan. Berdasarkan masalah yang telah di uraikan, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “ **Persepsi Wisatawan tentang Produk Wisata di Makam Syekh Burhanuddin sebagai Daya Tarik Wisata religi di Kabupaten Padang Pariaman**”.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini digolongkan kepada penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang pernah berkunjung ke objek wisata yang ada di Kabupaten Padang Pariaman yaitu 20.417 responden. Teknik sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. dengan jumlah sampel 50 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran angket dan kuisioner tersusun. Uji validitas dan reabilitas digunakan dalam uji instrumen, dan data penelitian diolah menggunakan SPSS 25.00.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Indikator Atraksi Wisata

Tabel 13. Hasil perhitungan indikator atraksi wisata

Statistics		
Total		
N	Valid	50
	Missing	0
Mean		8,16
Std. Error of Mean		,325
Median		8,00
Mode		9
Std. Deviation		2,298
Variance		5,280
Range		10
Minimum		3
Maximum		13
Sum		408

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa produk wisata di Makam Syekh Burhanuddin sebagai daya tarik wisata religi dilihat dari indikator atraksi wisata dengan skor (minimum) 3 dan maximum 13. Berdasarkan distribusi skor tersebut di dapat mean 8,16, Std. Error of Mean ,325, median 8,00, mode 9, Std. Deviation 2,298, variance 5,280, range 10, dan sum 408.

2. Indikator Fasilitas di Daerah Tujuan Wisata

Tabel 14. Hasil perhitungan indikator fasilitas daerah tujuan wisata

Statistics		
Total		
N	Valid	50
	Missing	0
Mean		6,74
Std. Error of Mean		,412
Median		600
Mode		4
Std. Deviation		2,912
Variance		8,482
Range		11
Minimum		3
Maximum		14
Sum		337

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa produk wisata di Makam Syekh Burhanuddin sebagai daya tarik wisata religi dilihat dari indikator fasilitas dengan skor (minimum) 3 dan maximum 14. Berdasarkan distribusi skor

tersebut di dapat mean 6,74, Std. Error of Mean ,412, median 6,00, mode 4, Std. Deviation 2,912, variance 8,482, range 11,dan sum 337.

3. Aksesibilitas

Tabel 15. Hasil perhitungan indikator aksesibilitas

Statistics		
Total		
N	Valid	50
	Missing	0
Mean		7,16
Std. Error of Mean		,310
Median		8,00
Mode		8
Std. Deviation		2,194
Variance		4,814
Range		9
Minimum		3
Maximum		12
Sum		381

Sumber: olahan data SPSS,2024

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa produk wisata di Makam Syekh Burhanuddin sebagai daya tarik wisata religi dilihat dari indikator aksesibilitas dengan skor (minimum) 3 dan maximum12. Berdasarkan distriusi skor tersebut di dapat mean 8,16, Std. Error of Mean ,310, median 8,00, mode 8, Std. Deviation 2,194, variance 4,814, range 9,dan sum 381.

4. Citra Destinasi

Tabel 16. Hasil perhitungan indikator citra destinasi

Statistics		
Total		
N	Valid	50
	Missing	0
Mean		8,02
Std. Error of Mean		,353
Median		8,00
Mode		7
Std. Deviation		2,495
Variance		6,220
Range		10
Minimum		4
Maximum		14
Sum		401

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa produk wisata di Makam Syekh Burhanuddin sebagai daya tarik wisata religi dilihat dari indikator citra destinasi dengan skor (minimum) 4 dan maximum 14. Berdasarkan distriusi skor tersebut di dapat mean 8,20, Std. Error of Mean ,353, median 8,00, mode 7, Std. Deviation 2,495, variance 6,220, range 10,dan sum 408.

4. Harga untuk Wisatawan

Tabel 17. Hasil perhitungan indikator harga untuk wisatawan

Statistics		
Total		
N	Valid	50
	Missing	0
Mean		5,08
Std. Error of Mean		,382
Median		400
Mode		2
Std. Deviation		2,702
Variance		7,300
Range		8
Minimum		2
Maximum		12
Sum		254

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat bahwa produk wisata di Makam Syekh Burhanuddin sebagai daya tarik wisata religi dilihat dari indikator harga untuk wisatawan dengan skor (minimum) 2 dan maximum 12. Berdasarkan distribusi skor tersebut di dapat mean 5,08, Std. Error of Mean 0,382, median 4,00, mode 2, Std. Deviation 2,702, variance 7,300, range 8, dan sum 254. Berikut ini tabel rekapitulasi TCR sebagai berikut:

Tabel 19. Rekapitulasi TCR per indikator

No	Produk Wisata	TCR	Kategori
1	Atraksi wisata	54,4	Cukup baik
2	Fasilitas di daerah tujuan wisata	44,9	Kurang baik
3	Aksesibilitas	50,8	Kurang baik
4	Citra destinasi	53,4	Cukup baik
5	Harga untuk wisatawan	50,8	Kurang baik

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dilihat rekapitulasi per indikator produk wisata yaitu: atraksi wisata dengan 54,4 kategori cukup baik, fasilitas di daerah tujuan wisata dengan 44,9 kategori kurang baik, aksesibilitas dengan 50,8 kategori kurang baik, citra destinasi dengan 53,4 kategori cukup baik dan harga untuk wisatawan dengan 50,8 kategori kurang baik.

B. Pembahasan

1. Indikator Atraksi Wisata

Berdasarkan hasil penelitian komponen atraksi wisata di Makam Syekh Burhanuddin dalam kondisi cukup baik. Artinya persepsi responden tentang atraksi wisata cukup baik, dalam artian atraksi wisata alam, atraksi wisata buatan dan atraksi wisata budaya di Makam Syekh Burhanuddin belum sepenuhnya sesuai dengan persepsi wisatawan. Hal ini sesuai dengan hasil kondisi yang terjadi saat ini di Makam Syekh Burhanuddin diantaranya: atraksi wisata alam yang mana di Makam Syekh memiliki pepohonan yang tumbuh tetapi cuaca di sekitaran makam tetap panas karena pepohonan yang tumbuh hanya beberapa saja, selanjutnya atraksi wisata buatan di Makam Syekh Burhanuddin tidak memiliki atraksi wisata buatan lainnya, hanya saja memiliki Bangunan Makam sebagai objek wisata utama dan atraksi

wisata budaya di Makam Syekh Burhanuddin memiliki tradisi basafar yang dilakukan setiap tahunnya tetapi tidak semua masyarakat mengetahui tentang tradisi tersebut dan kurang menariknya tradisi tersebut untuk kaum muda. Hal ini sesuai dengan hasil pra penelitian yang di lakukan di Makam Syekh Burhanuddin terkait dengan atraksi wisata alam bahwa kondisi makam tersebut gersang di area makam, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 7. Kondisi atraksi wisata alam yang gersang disekitaran Makam Syekh Burhanuddin
Sumber. Dokumentasi penelitian, 2023

Selanjutnya untuk atraksi wisata buatan yang mana di Makam Syekh Burhanuddin hanya terdapat sebuah Makam sebagai objek wisata utama tanpa adanya atraksi wisata buatan pendukung lainnya. Dan selanjutnya atraksi wisata budaya tradisi basafar/ basapa hanya dilaksanakan setahun sekali, sehingga ramainya kunjungan wisatawan untuk menikmati atraksi wisata budaya ini hanya terjadi sekali setahun. Menurut (Hermansyah, 2016) hal tersebut menunjukkan bahwa saat ini motif perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan tidak hanya mencari udara yang segar, keindahan alam akan tetapi para wisatawan juga mencari ketenangan diri keberlanjutan dan juga spritualitas. Perubahan tersebut membawa dampak yang memberi peningkatan perjalanan wisata pada objek daya tarik wisata religi yang memberikan ketenangan bagi wisatawan pada saat berkunjung.

2. Fasilitas di Daerah Tujuan Wisata

Berdasarkan hasil penelitian komponen fasilitas di daerah tujuan wisata di Makam Syekh Burhanuddin dalam kondisi kurang baik. Artinya persepsi responden tentang fasilitas di Makam Syekh Burhanuddin kurang baik, Ketersediaan sarana makan dan minum, toilet dan tempat parkir di Makam Syekh Burhanuddin belum sepenuhnya sesuai dengan persepsi wisatawan. Hal ini didukung dengan kondisi yang ada di Makam Syekh Burhanuddin saat ini diantaranya: ketersediaan sarana makan dan minum seperti adanya masyarakat yang berjualan makanan dan minuman di sekitaran objek wisata Makam Syekh Burhanuddin tetapi yang mereka jual hanya makanan khas dari daerah tersebut seperti (sala dan rakik) dan beberapa jenis minuman yang sering ditemui di warung, selanjutnya ketersediaan toilet, fasilitas toilet hanya tersedia di Masjid yang berada di dekat Makam Syekh Burhanuddin tersebut sehingga para wisatawan harus menuju ke masjid jika akan menggunakan toilet begitupun dengan ketersediaan tempat parkir di Makam Syekh Burhanuddin belum tersedianya tempat parkir untuk para wisatawan yang berkunjung, sehingga para wisatawan akan memarkirkan kendaraannya di halaman parkir Masjid yang telah disediakan.. Hal ini sesuai dengan hasil pra penelitian terkait dengan komponen fasilitas di daerah tujuan wisata diantaranya ketersediaan makan dan minum, ketersediaan toilet dan ketersediaan tempat parkir. Di Makam syekh Burhanuddin belum tercukupinya sarana makan dan minum karena pada umumnya masyarakat hanya berjualan makana daerah tersebut dan tidak ada yang berjualan makanan berat seperti nasi dan lainnya, serta belum tersedianya fasilitas toilet yang mana toilet hanya terdapat di masjid yang tidak jauh dari Makam sehingga membuat wisatawan harus antri jika menggunakan toilet karna berada disatu tempat dengan Masjid, begitupun tempat parkir yang mana parkir tersebut Cuma terdapat dihalam Masjid yang mana wisatawan harus berjalan untuk menuju lokasi makam tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 8. Keadaan sekitaran Makam Syekh Burhanuddin yang mana tidak terdapat tempat parkir
Sumber. Dokumentasi penelitian,2023

Serta adanya beberapa permasalahan lainya seperti sampah yang masih berserakan serta kondisi tempat sampah yang sudah rusak, serta adanya kotoran hewan yang berserakan di jalan menuju gerbang masuk ke Makam tersebut. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 9. Kondisi sampah yang masih berserakan di sekitaran Makam Syekh Burhanuddin
Sumber. Dokumentasi penelitian, 2023

Hal tersebut didukung dengan adanya teori tentang komponen fasilitas di daerah tujuan wisata menurut Warpani dalam Sasmita (2017) biasanya wisatawan tidak hanya menikmati keunikan dan keindahan alam saja, tetapi juga membutuhkan fasilitas wisata yang lengkap di kawasan objek wisata. Fasilitas dapat berupa (tempat hiburan, hotel, penginapan, restoran/ tempat makan, toko cinderamata, tempat ibadah, tempat parkir dan toilet). Selanjutnya menurut Spillane dalam Akrom (2014) mengatakan bahwa fasilitas yang baik itu segala sesuatu yang dibutuhkan dan dirasakan wisatawan selama berada di suatu kawasan wisata yang mana didalamnya tercukupi fasilitas yang memadai seperti adanya akomodasi, tempat makan dan minuman, pelayanan belanja, toilet umum, tempat parkir pusat informasi dan pemandu wisata yang mana dengan begitu suatu objek wisata dapat dikatakan dengan fasilitas baik jika di dalamnya terdapat fasilitas yang lengkap.

3. Aksesibilitas

Berdasarkan hasil penelitian komponen aksesibilitas di Makam Syekh Burhanuddin dalam kondisi kurang baik. Artinya persepsi responden tentang aksesibilitas kurang baik, dalam artian kemudahan mengakses lokasi, faktor jarak, faktor tempuh dan ketersediaan transportasi di Makam Syekh Burhanuddin belum sepenuhnya sesuai dengan persepsi wisatawan. Sebagaimana dengan kondisi di Makam Syekh Burhanuddin pada saat ini diantaranya: kemudahan mengakses lokasi, lokasi Makam Syekh Burhanuddin mudah untuk di temui karena berada di lokasi yang strategis akan tetapi karena lokasi makam Syekh Burhanuddin yang berada di tengah area penduduk membuat wisatawan yang datang sedikit kebingungan dengan lokasi tersebut. Faktor jarak dan faktor tempuh jarak antara lokasi Makam dengan pusat kabupaten Padang Pariaman relatif singkat tetapi wisatawan yang datang ke wisata Makam Syekh Burhanuddin tidak selalu dari Kabupaten Padang Pariaman itu sendiri sehingga jika melewati jalan pusat kabupaten akan memakan waktu yang cukup lama dan untuk ketersediaan transportasi umum menuju wisata Makam Syekh Burhanuddin belum tersedia sampai sekarang ini. Hal ini didukung dengan pra penelitian terkait komponen aksesibilitas diantaranya kemudahan mengakses lokasi, faktor jarak, faktor waktu tempuh dan ketersediaan transportasi dengan hasil bahwa beberapa wisatawan mengeluhkan belum adanya transportasi umum untuk menuju tempat wisata Makam Syekh Burhanuddin sehingga sedikit menyulitkan wisatawan untuk melakukan berwisata kesana serta jalan menuju lokasi yang sempit dikarenakan banyaknya orang yang berjualan di bibir jalan yang mana mengakibatkan kemacetan apabila melakukan perjalanan di hari libur. Berikut hasil dokumentasi sebagai berikut:



Gambar 7. Akses jalan

Sumber: dokumentasi pribadi, 2023

Dan dengan lokasi Makam Syekh Burhanuddin yang berada di tengah-tengah area penduduk sedikit membuat wisatawan kebingungan dengan keberadaan lokasinya karena tidak terlihat dari jalan utama menuju Makam Syekh Burhanuddin tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 10. Lokasi Makam Syekh Burhanuddin yang berada ditengah area penduduk
Sumber: dokumentasi penelitian.2023

Hal tersebut didukung dengan adanya teori menurut Widiati dan Oetarjo (2022) mengatakan bahwa akses jalan yang sangat mendukung dan rute yang cepat menuju lokasi wisata. Selanjutnya menurut Hidayat dan Dewi (2019) semakin strategis dan menarik suatu lokasi objek wisata maka sangat mempengaruhi wisatawan untuk melakukan kunjungan ke lokasi wisata tersebut. Ketersediaan transportasi dapat meningkatkan perkembangan wisata serta meningkatkan jumlah wisatawan karena akses menuju lokasi menjadi semakin lancar (Sudiarta, 2005), selanjutnya dengan ketersediaan transportasi umum menjadi pendorong untuk pertumbuhan wisata menjadi lebih maju serta memudahkan wisatawan untuk berpindah tempat tujuan wisata lainnya (Aksara, 2017)

4. Citra Destinasi

Berdasarkan hasil penelitian komponen citra destinasi di Makam Syekh Burhanuddin dalam kondisi cukup baik. Artinya persepsi responden tentang citra destinasi cukup baik, dalam artian pengetahuan, keyakinan dan pengalaman di Makam Syekh Burhanuddin belum sepenuhnya sesuai dengan persepsi wisatawan. Sebagaimana dengan kondisi di Makam Syekh Burhanuddin saat ini diantaranya: pengetahuan setelah berkunjung ke Makam Syekh Burhanuddin mendapatkan ilmu tentang penyebaran agama Islam dari tetua (orang yang dituakan) yang ada di wisata tersebut, keyakinan setelah berkunjung ke wisata Makam Syekh Burhanuddin memperoleh keyakinan bahwa Syekh Burhanuddin merupakan seorang tokoh Islam dalam penyebaran agama Islam di Minangkabau, untuk pengalaman mendapatkan pengalaman religius setelah berkunjung ke Makam Syekh Burhanuddin. Hal ini sesuai dengan hasil pra penelitian terkait dengan komponen citra destinasi diantaranya pengetahuan, keyakinan dan pengalaman yaitu ada beberapa wisatawan yang berkunjung merasa tidak nyaman dengan banyaknya orang yang meminta sumbangan dengan cara memaksa wisatawan untuk memberikan uang di area Makam Syekh Burhanuddin padahal di area tersebut telah terdapat beberapa Kotak infak. Berikut dokumentasi penelitian:



Gambar 9. Keadaan sekitar makam
Sumber. Dokumentasi penelitian, 2023

Hal tersebut didukung dengan adanya teori menurut Coban (2012) dalam Hanif Dkk (2016) membuktikan dalam penelitiannya bahwa citra destinasi wisata yang baik itu akan membuat wisatawan merasakan kepuasan yang lebih baik selanjutnya Coban juga menjelaskan bahwa wisatawan yang menilai positif terhadap suatu citra destinasi kemungkinan bersedia berkunjung kembali serta mampu untuk merekomendasikan destinasi ke orang lain..

5. Harga Untuk Wisatawan

Berdasarkan hasil penelitian komponen harga untuk wisatawan di Makam syekh Burhanuddin dalam kondisi kurang baik. Artinya persepsi responden tentang harga untuk wisatawan kurang baik, dalam artian harga barang dan jasa, kemampuan barang dan jasa di Makam Syekh Burhanuddin belum sepenuhnya sesuai dengan persepsi wisatawan. Sebagaimana dengan kondisi di Makam Syekh Burhanuddin saat ini diantaranya harga barang dan jasa yang mana harga barang dan jasa yang ditawarkan di Makam Syekh Burhanuddin relatif terjangkau, tetapi ada beberapa barang

yang ditawarkan dengan harga yang relatif tinggi, sedangkan untuk kemampuan barang dan jasa di Makam Syekh Burhanuddin belum bisa memenuhi kebutuhan wisatawan yang datang berkunjung.

Hal ini sesuai dengan hasil pra penelitian terkait komponen harga untuk wisatawan diantaranya harga barang dan jasa dan kemampuan barang dan jasa, harga barang yang ditawarkan disekitaran Makam Syekh Burhanuddin lebih mahal, serta barang yang dijual di sekitaran Makam tidak dapat memenuhi kebutuhan wisatawan selama berkunjung di wisata tersebut. Hal tersebut didukung dengan adanya teori menurut Mazler *et al* 181 (2009) hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemampuan barang dan jasa yang lebih tinggi akan dapat menarik minat wisatawan untuk mendapatkan yang lebih tinggi pula serta persepsi wisatawan terhadap harga mempengaruhi perilaku pembelian wisatawan. Selanjutnya menurut Kotler dan Armstrong (2012) harga yang baik untuk wisatawan tersebut harus terdapat didalamnya keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk, kemampuan dalam menentukan harga barang dan jasa serta kesesuaian harga barang dan jasa dengan manfaat yang dirasakan oleh wisatawan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan hasil penelitian tentang “ Persepsi Wisatawan Tentang Produk Wisata di Kawasan Makam Syekh Burhanuddin” sebagai berikut :

1. Secara keseluruhan produk wisata berada pada kategori kurang baik dengan presentase 50,89 %
2. Atraksi wisata berada pada kategori cukup baik dengan presentase 54,4 %
3. Fasilitas di daerah tujuan wisata berada pada kategori kurang baik dengan presentase 44,9 %
4. Aksesibilitas berada pada kategori kurang baik dengan presentase 50,8 %
5. Citra destinasi berada pada kategori cukup baik dengan presentase 53,4%
6. Dan harga untuk wisatawan berada pada kategori kurang baik dengan presentase 50,8 %

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka ada beberapa hal yang disarankan kepada beberapa pihak sebagai berikut:

1. Pihak pengelola

Kepada pihak pengelola objek wisata Makam Syekh Burhanuddin disarankan hal- hal sebagai berikut:

- a. Disarankan pihak pengelola menanam pepohonan agar membuat keadaan sekitar Makam Syekh Burhanuddin menjadi lebih sejuk.
- b. Pihak pengelola disarankan menyediakan lahan parkir yang cukup untuk wisatawan.
- c. Disarankan pengelola Makam Syekh Burhanuddin dapat mengelola akses disaat *peak season* misalnya, dengan mengosongkan akses disekitaran Makam Syekh Burhanuddin dengan tidak memperbolehkan Masyarakat berjualan disekitaran akses ke Makam agar dapat mengurangi kemacetan.
- d. Pihak pengelola disarankan untuk menertibkan Masyarakat yang meminta- minta kepada wisatawan yang datang di kawasan Makam Syekh Burhanuddin.

2. Dinas Pariwisata Padang Pariaman

Diharapkan hasil penelitian ini menjadi bahan pertimbangan untuk Dinas Pariwisata kabupaten Padang Pariaman agar menjadikan objek wisata Makam Syekh Burhanuddin sebagai salah satu prioritas pengembangan objek wisata di kabupaten Padang Pariaman

3. Kepada peneliti lain

Disarankan kepada peneliti lainnya untuk melakukan penelitian terkait pengembangan Makam Syekh Burhanuddin sebagai atraksi wisata religi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tentang Kepariwisataaan, Jakarta
- Alma, B. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Penerbit: Alfabeta. Bandung.
- Coban, S.2012. The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty the case of Cappadocia. *Europeam Journal of Social Sciences*, 29 (2) : 222-232.
- Hanif, A, Kusumawati, A, Mawardi K, 2016, Pengaruh Citra Destinasi terhadap Kepuasan Wisatawan serta dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan, *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis*.
- Hermansyah. 2016. Potensi Besar Wisata Religi. *Koran Sindo*. Tersedia di http://koran.sindo.com/page/news/2016-05-29/0/0/Potensi_Besar_Wisata_Religi. Diakses tanggal 8 November 2019.
- Hidayat, F. P., & Dewi, A. S. (2019). Pengaruh implementasi Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Pulau Pasumpahan,
- Kotler, P., and K. L. Keller. 2016. *Marketing Management*. edited by 15th: Pearson Education, Inc.
- Matzler K., Renzl B. & Rothenberger S. (2006). 'Mengukur Pentingnya Relatif
- Middleton, Victor C.T. et al. 2009. *Marketing in Travel and Tourism*. Slovenia: Elsevier.

Widiati, F. A., & Oetarjo, M. (2022). The Influence of Price, Attractiveness, Accessibility on Decisions to Visit PPLH Seloliman Trawas Mojokerto Tourism. *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 15, 10–21070, <https://ijler.umsida.ac.id/index.php/ijler/article/view/776>.