

# KORELASI KEBERADAAN WISATA RELIGI TERHADAP PENYERAPAN TENAGA KERJA

(STUDI KASUS WISATA ZIARAH DI KABUPATEN GRESIK)

Maretia Ratnasari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

[maretiaratnasari@gmail.com](mailto:maretiaratnasari@gmail.com)

## ABSTRAK

*Wisata Religi merupakan jenis wisata keagamaan (pileimge tour) atau wisata yang bermotif spiritual. Istilah Religi secara harfiah berarti kepercayaan akan adanya kekuatan akodrati di atas manusi, Gresik juga terkenal sebagai kota wisata religi karena dua tokoh penyebar agama Islam yang termasyhur di Pulau Jawa, yaitu Sunan Giri dan Sunan Gresik (atau Maulana Malik Ibrahim yang juga disebut Syekh Maghribi), dilahirkan, bekerja, dan dimakamkan di kota itu. Mereka ini merupakan dua di antara sembilan wali, atau Wali Sanga, penyebar agama Islam di Pulau Jawa. Adapun masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini apakah variabel Obyek dan Daya Tarik Wisata dan Wisatawan di kawasan wisata religi Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri di Kabupaten Gresik mempengaruhi terhadap penyerapan tenaga kerja.*

*Dalam penelitian ini menganalisa variabel-variabel menggunakan analisis product moment dan analisis multiple correlation, untuk skala pengukurannya menggunakan skala likert. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu variabel Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) memiliki nilai korelasi 0,645 atau memiliki nilai tingkat keeratan hubungan sebesar 65% terhadap variabel penyerapan tenaga kerja juga yang artinya jika variabel ODTW mengalami kenaikan atau semakin besar keberadaannya selama lima tahun maka semakin besar penyerapan tenaga kerja dan dalam kategori kuat, begitu juga untuk variabel Wisatawan memiliki nilai korelasi 0,669 atau memiliki nilai keeratan hubungan sebesar 67% terhadap variabel penyerapan tenaga kerja yang artinya jika wisatawan mengalami kenaikan atau semakin besar keberadaannya selama enam tahun maka semakin besar juga penyerapan tenaga kerja dan dalam kategori kuat. Dan adapun variabel ODTW dan Wisatawan terhadap penyerapan tenaga kerja yang menggunakan analisis multiple correlation memiliki nilai korelasi 0,579 yang artinya selama lima tahun perkembangan ODTW dan Wisatawan terhadap penyerapan tenaga kerja dalam kategori sedang, hal tersebut diduga ada beberapa faktor yang kurang mendukung, diantara faktor tersebut antara lain faktor waktu kunjung wisatawan yang relative pendek ( $\pm 1-2$ jam) dan dalam kurun waktu lima tahun (2009-2014) tidak menunjukkan adanya peningkatan, karena relatif pendeknya waktu kunjung sehingga mempengaruhi kesempatan untuk membelanjakan uangnya di daerah tujuan wisata yang mempunyai efek ganda terhadap perkembangan ekonomi di daerah tujuan wisata dan berpengaruh pada perkembangan usaha kepariwisataan dan pada berikutnya mempengaruhi terhadap penyerapan tenaga kerja.*

**Kata Kunci :** *Penyerapan tenaga kerja, wisata religi*

---

## A. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang penting dalam perekonomian sebagai salah satu sumber ekonomi suatu daerah dan masyarakat, serta pengembangan sosial budaya. Dengan adanya berbagai kegiatan pariwisata maka daerah-daerah yang memiliki potensi dasar pariwisata akan dapat lebih berkembang dan maju. Selain itu, pariwisata di beberapa daerah dapat memberikan dampak positif dalam perekonomiannya terutama dalam pemasukan pendapatan daerah. Sektor pariwisata mempunyai beberapa bidang lain dalam pengembangan kawasan wisata. Sektor pariwisata memiliki banyak keterlibatan dengan sektor lain, sehingga memiliki peranan yang penting dan berpotensi memberikan keuntungan ekonomi terhadap wilayah di sekitarnya. Keuntungan tersebut akan memberikan konstributif positif terhadap pendapatan asli daerah, pengembangan wilayah, dan penciptaan lapangan kerja. Dalam pengembangan pengembangan pariwisata perlu adanya interaksi yang begitu besar dalam masyarakat, peran serta pemerintah, serta masukan-masukan yang mendorong potensi dalam kesempatan pada sektor wisata itu sendiri.

Wisata Religi dalam pengertian yaitu telah menarik perhatian peneliti budaya, karena di dalamnya sering terdapat muatan budaya yang unik. Karena itu, penulis bisa menerima pemahaman Ball (1988:35) dalam Arasteh (2011) tentang religi, ada dua paham: pertama religi sebagai bagian hidup kesusilaan manusia dan memiliki nilai susila yang tinggi. Gagasan termaksud telah diuraikan secara filosofi oleh Kant. Kedua, religi sebagai tergolong dalam alam hidup manusia. Religi kedua ini menghendaki tiga kebenaran utama, yaitu: percaya bahwa Tuhan ada, percaya kepada hukum kesusilaan alamiah, dan pada roh yang abadi. Dari dua konsep religi semacam ini, pada kenyataannya pengertian kedua yang menarik perhatian peneliti budaya.

Gresik juga terkenal sebagai kota wisata religi karena dua tokoh penyebar agama Islam yang termasyhur di Pulau Jawa, yaitu Sunan Giri dan Sunan Gresik (atau Maulana Malik Ibrahim yang juga disebut Syekh Maghribi), dilahirkan, bekerja, dan dimakamkan di kota itu. Mereka ini merupakan dua di antara sembilan wali, atau Wali Sanga, penyebar agama Islam di Pulau Jawa. Tidak mengherankan kalau akibat kehadiran dua wali itu, kini di Gresik terdapat cukup banyak pondok pesantren, yang besar maupun yang kecil. Menurut data Badan Pusat Statistik

Kabupaten Gresik tahun 2000, jumlah pesantren di kabupaten itu mencapai 60 buah dengan jumlah santri sebanyak 22.152 orang. Kehadiran pondok pesantren dengan para santrinya itu telah menciptakan lahan bisnis tersendiri bagi masyarakat Gresik, khususnya di bidang kebutuhan pakaian khas para santri laki-laki seperti kopiah dan sarung panjang.

Wisata religi Islam di Kabupaten Gresik tersebar ke beberapa wilayah di Gresik, diantaranya seperti makam Fatimah binti Maimun yang terletak di Kecamatan Manyar, petilasan Sunan Kalijaga yang terletak di Desa Surowiti Panceng, Makam Kanjeng Sepuh di Sidayu, makam Nyai Ageng Pinatih di tengah kota Gresik, dan beberapa diantaranya terdapat di wilayah perkotaan Gresik.

Menjelang bulan Ramadhan, pengunjung wisata religi di makam Sunan Giri, mengalami peningkatan yang luar biasa. Sebelumnya, pengunjung yang setiap harinya rata-rata mencapai 500 hingga 1000 orang perhari, saat memasuki bulan Jawa 1 Ruwah naik hingga 2.500 pengunjung perhari. Hal ini dibenarkan Kepala Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga (Budpora) Gresik, Mighfar Syukur. "Memang benar setiap tahun jumlah pengunjung wisata religi sejak tiga minggu sebelum bulan ramadhan mengalami kenaikan yang cukup dratis". Namun pada bulan tertentu, tempat wisata religi tersebut akan sepi. "Data yang kami kumpulkan selama setahun, jumlah pengunjung mencapai 1,2 juta orang itu berasal dari Jawa, Sumatera, Kalimantan, dan luar Jawa di Indonesia. Bahkan ada yang dari Malaysia, pernah juga dari Amerika.

Penyerapan tenaga kerja merupakan salah satu faktor pendukung pembangunan ekonomi yang dilakukan oleh negara-negara berkembang mempunyai tujuan antara lain untuk menciptakan pembangunan ekonomi yang hasilnya secara merata. Dalam Undang- Undang Pokok Ketenagakerjaan No: 4 tahun 1969 dinyatakan bahwa, tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan, baik dalam maupun diluar hubungan kerja guna menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Tenaga kerja menurut ketentuan ini meliputi tenaga kerja yang bekerja di dalam maupun di luar hubungan kerja dengan alat produksi utamanya dalam proses produksi adalah tenaga kerja

sendiri baik tenaga kerja fisik maupun tenaga kerja pikiran. Kesempatan kerja menurut Payaman, (1998) mengemukakan bahwa besarnya permintaan perusahaan akan tenaga kerja pada dasarnya permintaan masyarakat terhadap barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan tersebut.

Adapun penyerapan tenaga kerja pada sektor pariwisata di Kabupaten Gresik pada Tahun 2014 dapat dilihat pada tabel 1 berikut

**Tabel 1. Penyerapan Tenaga Kerja Pada Sektor Pariwisata di Kabupaten Gresik pada Tahun 2014**

No	Jenis Usaha Wisata	Jumlah	Penyerapan Tenaga Kerja
1	Hotel Melati	8	290
2	Penginapan	7	63
3	Restaurant / Rumah Makan	18	299
4	Toko Souvenir	34	68
5	Biro Perjalanan	14	90
Jumlah		81	810

Sumber : Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Gresik 2014

Pengembangan pariwisata yang diprogramkan baik oleh pemerintah maupun oleh swasta akan diarahkan kepada usaha untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara karena merupakan sumber devisa yang cukup signifikan. Dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke daerah secara positif mempengaruhi tingkat kesempatan kerja khususnya dibidang pariwisata. Oleh karena itu sektor pariwisata perlu didukung oleh beberapa indikator penunjang, baik dibidang transportasi maupun dibidang akomodasi serta pelayanan. Sehingga volume wisatawan yang berkunjung ke daerah-daerah khususnya di Kota Gresik semakin meningkat, yang pada akhirnya bermuara pada penciptaan lapangan kerja dan kesempatan berusaha, serta dapat pula mempengaruhi tingkat produktivitas masyarakat dalam kegiatan perekonomian, khususnya pada bidang industri pariwisata.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Wisata Religi

Wisata Religi merupakan jenis wisata keagamaan (*pileimge tour*) atau wisata yang bermotif spiritual. Istilah Religi secara harfiah berarti kepercayaan akan adanya kekuatan akodrati di atas manusia. Menurut Durkheim (dalam Harsojo, 1986 : 224) religi adalah kesatuan sistem kepercayaan dan tindakan yang berhubungan dengan barang-barang yang suci. Barang-barang suci itu ialah barang atau benda yang diasingkan dan diberikan larangan atasnya.

Berdasarkan konsep Durkheim tersebut, Koentjaraningrat (1982 : 144–145) menyatakan bahwa religi adalah bagian dari kebudayaan. Lebih lanjut diterangkan bahwa tiap religi merupakan suatu sistem yang terdiri dari empat komponen, yaitu :

1. Emosi keagamaan yang menyebabkan manusia itu bersifat *religious* .
2. Sistem keyakinan yang mengandung segala keyakinan serta bayangan manusia tentang sifat-sifat Tuhan, tentang wujud dari alam gaib (*supernatural*), serta segala nilai, norma dan ajaran dari religi yang bersangkutan.
3. Sistem ritus dan upacara yang merupakan usaha manusia untuk mencari hubungan dengan Tuhan, dewa-dewa, atau makhluk-mahkluk halus yang mendiami alam gaib.
4. Umat atau kesatuan sosial yang menganut sistem keyakinan tersebut.

Keempat komponen tersebut sudah tentu terjalin erat satu dengan yang lain menjadi suatu sistem yang terintegrasi secara bulat. Emosi keagamaan merupakan suatu getaran yang menggerakkan jiwa manusia. Sistem keyakinan di suatu religi dijiwai oleh emosi keagamaan, tetapi sebaliknya emosi keagamaan juga bisa di kobarkan oleh sistem kepercayaan

### Wisatawan

Dalam Undang- Undang RI Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata disebutkan bahwa yang dimaksud wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) memberikan batasan pengertian turis / wisata ialah setiap orang yang datang ke suatu negara bukan karena alasan untuk bermigrasi dan yang tinggal paling sedikit 24 jam serta paling lama 6 bulan dalam tahun yang sama.

Di samping itu IUOTO (*The International Union of official Travel*) menggunakan batasan wisatawan secara umum dengan istilah pengunjung (*visitor*), setiap orang yang datang ke suatu negara / selain tempat tinggal biasanya dengan maksud apapun, kecuali untuk maksud melakukan pekerjaan untuk menerima upah (Spillane, 1987 : 27). Batasan itu mencakup dua kategori pengunjung (*visitor*) yaitu :

1. Wisatawan ialah pengunjung sementara yang tinggal sekurang – kurangnya 24 jam di negara yang di kunjungi dan tujuan perjalanannya dapat di golongan sebagai berikut
    - a. Pesiari yaitu untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan, olahraga
    - b. Hubungan dagang, sanak keluarga, handai taulan, konferensi- konferensi, misi
  2. Pelancong ialah pengunjung sementara yang tinggal di negara yang di kunjungi kurang dari 24 jam (termasuk pelancong dalam perjalanan kapal pesiar)
- Berikut ini berbagai macam definisi wisatawan diatas Spillane (1987 : 24) menyebutkan tentang orang-orang yang seharusnya atau tidak seharusnya dianggap sebagai wisatawan antara lain Dengan melihat uraian diatas tersebut dapat diklasifikasi wisatawan dan bukan wisatawan sebagai berikut:

1. Yang bisa dianggap wisatawan :
  - a. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk keperluan kesenangan karena alasan keluarga, kesehatan, dan lain-lain.
  - b. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk keperluan pertemuan-pertemuan atau karena tugas-tugas tertentu (ilmu pengetahuan, tugas pemerintahan, diplomasi, agama, olahraga dan lain-lain )
  - c. Mereka yang mengadakan perjalanan dengan tujuan usaha
  - d. Mereka yang datang dalam rangka perjalanan dengan kapal laut walaupun tinggal di suatu negara kurang dari 24 jam
2. Yang tidak dianggap sebagai wisatawan :
  - a. Mereka yang datang baik dengan maupun tanpa kontrak kerja, dengan tujuan mencari pekerjaan atau mengadakan kegiatan usaha di suatu negara.
  - b. Mereka yang datang untuk mengusahakan tempat tinggal di suatu negara.
  - c. Penduduk di daerah lepas batas negara dan mereka yang bertempat tinggal di suatu negara dan bekerja di negara yang berdekatan.
  - d. Pelajar / mahasiswa dan orang-orang muda di asrama-asrama pelajar dan mahasiswa.
  - e. Wisatawan-wisatawan yang hanya melewati suatu negara tanpa tinggal di walaupun perjalanan tersebut berlangsung lebih dari 24 jam.

### **Industri Pariwisata**

Aspek ekonomi pariwisata tidak hanya berhubungan dengan kegiatan ekonomi yang langsung berkaitan dengan kegiatan pariwisata, seperti usaha perhotelan, restaurant, dan penyelenggaraan paket wisata. Banyak kegiatan ekonomi lainnya yang berhubungan erat dengan pariwisata seperti transportasi, telekomunikasi, dan bisnis eceran.

Sehubungan dengan itu aspek yang mendapatkan perhatian paling besar dan hampir-hampir melupakan satu-satunya aspek yang dianggap penting ialah aspek ekonomi. Dalam kaitannya dengan aspek ekonomi dari pariwisata ini telah dikembangkan konsep industri pariwisata. Kata *Industry* mengandung pengertian suatu rangkaian perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk tertentu, produk wisata sebenarnya bukanlah merupakan suatu produk yang “nyata”. Ia merupakan rangkaian jasa orang yang tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi segi-segi yang bersifat sosial, sikologis, dan alamiah (Spillane, 1987 : 88) .

Menurut Spillane 1987 : 87 ada beberapa sifat yang khusus mengenai industri pariwisata yaitu

:

1. Produk wisata mempunyai ciri bahwa ia tidak dapat dipindahkan.  
Orang tak bisa membawa produk wisata pada langganannya, tetapi langganannya itu sendiri harus mengunjungi, mengalami dan datang untuk menikmati produk wisata itu.
2. Dalam pariwisata produksi dan konsumsi terjadi pada saat yang sama.  
Tanpa langganannya yang sedang mempergunakan jasa-jasa itu tidak akan terjadi produksi.
3. Sebagai suatu jasa, pariwisata memiliki berbagai ragam bentuk.  
Oleh karena itu dalam bidang pariwisata tidak ada standar ukuran yang obyektif, sebagaimana produk lain yang nyata misalnya ada panjang, lebar, isi, kapasitas dan sebagainya.
4. Pelanggan tidak dapat menyicipi produk itu sebelumnya bahkan tidak dapat mengetahui atau menguji produk itu sebelumnya.  
Yang dapat dilihat hanya brosur-brosur atau gambar-gambar.
5. Dari segi usaha produk wisata merupakan produk usaha yang mengandung resiko besar.

Sebagai industri rangkaian perusahaan yang biasanya yang merupakan industri wisata ialah perusahaan penginapan, angkutan wisata, perusahaan biro perjalanan, perusahaan restaurant dan perusahaan hiburan. Dalam Undang-Undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan / atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Adapun usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan / atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata. Sedangkan pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.

Adapun pariwisata yang meliputi, antara lain : (1) daya tarik wisata, (2) kawasan pariwisata, (3) jasa transportasi wisata, (4) jasa perjalanan wisata, (5) jasa makanan dan minuman, (6) penyediaan akomodasi, (7) penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, (8) penyelenggaraan pertemuan, perjalanan intensif, konferensi, dan pameran, (9) jasa informasi pariwisata, (10) jasa konsultan pariwisata, (11) jasa pramuwisata, (12) wisata tirta.

Terkait dengan usaha pariwisata tersebut banyak yang merupakan usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) berdasarkan Undang-Undang RI nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) disebutkan sebagai berikut :

1. Usaha Mikro adalah Usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur oleh Undang-Undang ini.  
Adapun kriteria Usaha Mikro, yaitu :
  - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil adalah Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagaiannya baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud Undang-Undang ini.  
Adapun kriteria usaha kecil yaitu :
  - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha ; atau
  - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)
3. Usaha Menengah adalah Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang

perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagaian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Adapun kriteria usaha menengah yaitu :

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha ; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

### **Efek Ganda (*Multiplier Effect*) Pariwisata pada Perekonomian**

Selama bepergian dari suatu negara / daerah lain wisatawan tentu membutuhkan berbagai fasilitas / sarana wisata. Gambaran mengenai kebutuhan wisatawan dan fasilitas yang dibutuhkan pada umumnya yaitu: (1) Transportasi, (2) Penginapan, (3) Makan / Minum, (4) Melihat / menikmati obyek dan atraksi wisata, (5) Hiburan, (6) Barang-barang cinderamata, dan (7) barang-barang konsumsi / keperluan pribadi (Suwanto, 2001 : 50-51)

Wisatawan yang tiba di suatu negara / daerah, baik secara individu maupun dalam kelompok, apapun tujuan perjalanannya, tentu akan membelanjakan uangnya untuk membayar jasa-jasa atau barang-barang wisata dan juga untuk membeli jasa-jasa atau barang-barang yang tidak terkait dengan wisata. Karena itu dirasa perlu untuk menentukan apa yang menjadi sasaran pembelanjaan uang wisatawan itu. Suatu contoh angka indeks rata-rata biaya hidup wisatawan di beberapa negara dapat ditemui dalam hasil karya data statistik oleh Prof. L. Livi dari Institut Florence dalam (Wahab, 1996 : 78) bahwa katalog pengeluaran wisatawan yaitu: (1) Penginapan, (2) Makanan, (3) Transport, (4) Dan lain-lain.

Pengeluaran wisata bervariasi dikarenakan beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu (1) faktor yang berkaitan langsung dengan wisatawan (konsumen) atau faktor pribadi wisatawan yaitu pendapatan taraf hidup, umur, profesi, dan musim liburan (2) Faktor lain yang terkait dengan fasilitas, atraksi wisata yang tersedia dan pemasaran wisata.

Banyak kegiatan yang biasanya ditimbulkan oleh pariwisata pada suatu negara / daerah akan mendatangkan lebih banyak kesempatan kerja dari sektor ekonomi lainnya. Alasannya karena industri pariwisata umumnya berorientasi pada penjualan jasa. Akibat langsung pariwisata pada bidang kesempatan kerja dirasakan lebih mendatangkan manfaat pada negara / daerah sedang berkembang daripada negara / daerah industri maju, karena di negara / daerah sedang berkembang itu cakupan kegiatan ekonomi masih terbatas.

Sehubungan itu banyak ahli ekonomi dan peneliti pariwisata sependapat bahwa pengeluaran wisatawan mengakibatkan efek ganda (*multiplier effect*) pada ekonomi negara / daerah penerima wisatawan. Pemikiran dibalik efek ganda ini yakni akibat terhadap sejumlah uang tertentu yang diterima dan beredar dalam perekonomian, nilainya semakin lebih besar daripada nilai uang semula. Alasannya yaitu setiap unit mata uang yang diterima membuahkan beberapa transaksi yang jumlahnya bergantung pada keadaan ekonomi itu.

Teori tentang Efek Ganda (*Multiplier Effect*) pada mulanya diperkenalkan oleh Paul A. Samuelson dalam tulisannya yang berjudul *Interrelation Between the Acceleration Principle and the Multiplier* pada tahun 1939. Dalam kepariwisataan teori Multiplier diperkenalkan oleh Harry G. Clement dalam bukunya *The future of Tourism in Pacific and Far East* pada tahun 1958 (Yoeti, 1997 : 74-79).

Teori Efek Ganda (*Multiplier Effect*) ini menyatakan bahwa setiap dolar yang dibelanjakan wisatawan pada suatu DTW (Derah Tujuan Wisata) akan mendorong kegiatan ekonomi DTW yang dikunjungi. Dari penelitian yang dilakukan oleh Harry G. Clement di kawasan Pasifik dan Timur Jauh pada tahun 1958, ia memperlihatkan bahwa uang yang dibelanjakan wisatawan sebesar US\$1000, dalam periode satu tahun setelah melalui 5 kali transaksi yang semula sebanyak US\$1000 kini nilainya menjadi US\$ 3.72,50. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap dolar yang dibelanjakan wisatawan pada kawasan tersebut, telah mempengaruhi perekonomian di kawasan yang bersangkutan sebagai akibat dari pengaruh Efek Ganda (*Multiplier Effect*).

Dari teori Efek Ganda (*Multiplier Effect*) tersebut dapat dikatakan bahwa :

1. Setiap ada wisatawan yang membelanjakan uangnya pada suatu DTW, secara otomatis akan terjadi peningkatan pendapatan yang diterima penduduk setempat. Ini disebut *Marginal Propensity to Income* (MPI)

2. Dari jumlah pendapatan yang diterima itu ada sebagian yang tidak dibelanjakan (dikonsumsi) yang besarnya dinyatakan dalam persentase dari peningkatan pendapatan yang terjadi. Ini yang disebut sebagai *Marginal Propensity to Consume* (MPC).

### **Korelasi Pariwisata terhadap Penyerapan Tenaga Kerja**

Pengertian dari penyerapan itu sendiri diartikan cukup luas, menyerap tenaga kerja dalam maknanya menghimpun orang atau tenaga kerja di suatu lapangan usaha, untuk dapat sesuai dengan kebutuhan usaha itu sendiri.

Dapat dikatakan bahwa industri memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara karena melalui pembangunan industri tersebut dapat diharapkan akan dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak lagi dan pada gilirannya nanti dapat meningkatkan pendapatan masyarakat secara keseluruhan. Jadi jelasnya pembangunan industri akan dapat menciptakan kesempatan kerja, yang sekaligus dapat menampung angkatan kerja yang terus-menerus meningkat setiap tahunnya.

Dalam perencanaan penyerapan tenaga kerja, dengan melalui penambahan modal dalam setiap aktifitas pembangunan akan memberikan dampak positif terhadap perkembangan penyediaan lapangan kerja yang cukup besar. Penyediaan lapangan kerja tersebut dapat dilakukan dengan menghasilkan barang dan jasa dimana kegiatan tersebut memerlukan faktor-faktor produksi sehingga dengan adanya proses produksi dapat menciptakan lapangan kerja (Suroto, 1992).

Secara umum ada beberapa keuntungan yang diharapkan dapat diperoleh dalam pengembangan sektor pariwisata antara lain sebagai berikut: peningkatan pertumbuhan urbanisasi sebagai akibat adanya pembangunan prasarana dan sarana kepariwisataan dalam suatu wilayah atau daerah tujuan, kegiatan beberapa industri yang berhubungan dengan pelayanan wisatawan seperti perusahaan angkutan, akomodasi, perhotelan, restoran, kesenian daerah, perusahaan meubel dan lain-lain, meningkatkan produk hasil kebudayaan disebabkan meningkatnya konsumsi oleh para wisatawan, menyebabkan pemerataan pendapatan, meningkatnya kesempatan kerja dan berusaha, salah satu usaha pemerintah dalam rangka meningkatkan penghasilan devisa negara, memperluas pasaran barang-barang yang dihasilkan dalam negeri, pariwisata dapat memulihkan kesehatan baik jasmani maupun rohani serta dapat menghilangkan prasangka dan kepicikan, membantu terciptanya saling pengertian antara penduduk yang datang dengan penduduk negara yang dikunjunginya.

Penduduk yang terserap tersebar di berbagai sektor perekonomian. Sektor yang mempekerjakan banyak orang umumnya menghasilkan barang dan jasa yang relatif besar. Setiap sektor mengalami laju pertumbuhan yang berbeda. Demikian pula dengan kemampuan setiap sektor dalam menyerap tenaga kerja. Perbedaan laju pertumbuhan tersebut mengakibatkan dua hal. *Pertama*, terdapat perbedaan laju peningkatan produktivitas kerja di masing-masing sektor. *Kedua*, secara berangsur-angsur terjadi perubahan sektoral, baik dalam penyerapan tenaga kerja maupun dalam kontribusinya dalam pendapatan nasional (Simanjuntak, 1998). Jadi yang dimaksud dengan penyerapan tenaga kerja dalam penelitian ini adalah jumlah atau banyaknya orang yang bekerja di berbagai sektor perekonomian.

Pariwisata menjadi sektor yang sangat potensial untuk dikembangkan sebagai sektor andalan, karena sebagai sebuah industri, pariwisata banyak membawa efek (*multiplier effect*) dalam pembangunan di berbagai sektor serta diyakini sebagai sebuah industri masa depan yang mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat ke arah yang lebih baik. Di banyak negara, kepariwisataan merupakan sektor penting sebagai katalisator perkembangan perekonomian, sebab industri pariwisata dipercaya dapat meningkatkan devisa negara (*foreign exchanges*) dan sekaligus dapat menyedot kesempatan kerja bagi masyarakat setempat.

Tidak sulit memahami bahwa pariwisata menciptakan kesempatan kerja, hal ini karena sarana-sarana pariwisata seperti hotel, perusahaan perjalanan dan usaha pariwisata lainnya adalah merupakan usaha-usaha yang "padat karya" (*Labour Intensive*).

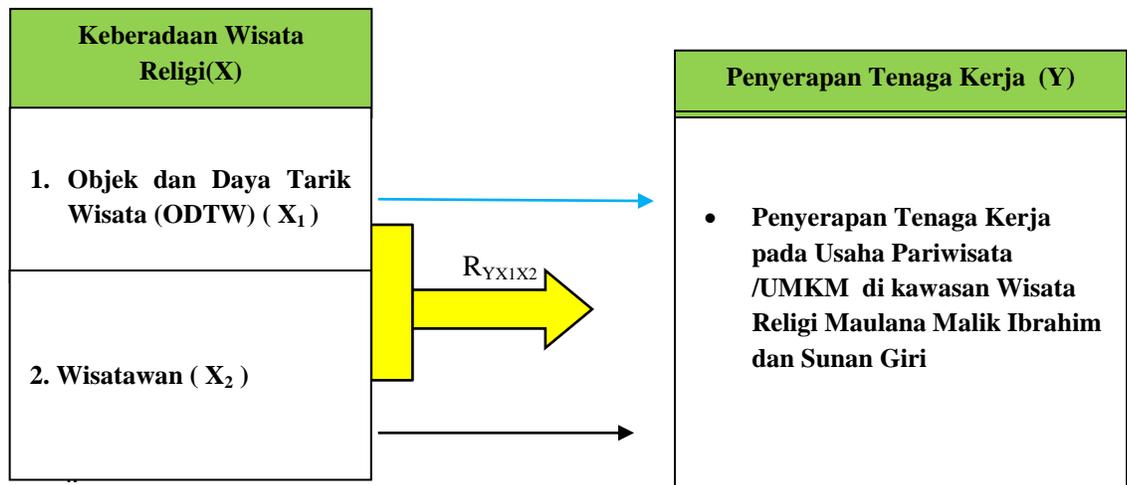
Oleh FASTER (2000 :34) dikemukakan bahwa keuntungan pariwisata secara ekonomis paling nyata terlihat dalam masalah ketenaga kerjaan. Pariwisata menyediakan pekerjaan bagi para karyawan

hotel, pengemudi taksi, pemandu wisata, pekerja konstruksi, penghibur, karyawan restoran, dan pekerja-pekerja dalam bidang transportasi lainnya.

Pengaruh pariwisata terhadap kesempatan kerja dapat dilihat dari beberapa penelitian yang pernah dilakukan (Yoeti, 1997 : 99-101) antara lain :

1. Penelitian oleh Harry G. Clement bahwa setiap jumlah uang yang dibelanjakan wisatawan, 54% daripadanya jatuh ke tangan karyawan yang bekerja pada industri pariwisata sebagai upah dan gaji. Hal ini berarti bahwa pariwisata berpengaruh pada kesempatan kerja dan upah karyawan yang bekerja di sektor pariwisata.
2. Hasil penelitian dari Bank Dunia tentang kesempatan kerja di sektor pariwisata di Mexico dan Kenya disimpulkan bahwa jumlah kesempatan kerja di pariwisata jauh lebih besar dibandingkan dari sektor ekonomi lainnya.
3. Laporan yang disusun oleh Mr. Tlusty bahwa analisis mengenai pengaruh pariwisata dalam kesempatan kerja meliputi :
  - a. Jumlah atau alokasi orang-orang yang bekerja langsung pada perusahaan-perusahaan tergolong industri pariwisata (kesempatan kerja langsung)
  - b. Besarnya kesempatan kerja yang ditimbulkan oleh kegiatan sektor ekonomi lain (kesempatan kerja tidak langsung)

Gambar 1. Kerangka Pikir Peran Wisata Religi Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja



Sumber: Ilustrasi Peneliti, 2014

### C. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian yang dilakukan adalah penelitian Eksplanatori (*Explanatory Research*) yaitu penelitian yang menyoroti hubungan antar variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang dirumuskannya (Singarimbun & Effendi, 1986 : 3) oleh karena itu, penelitian ini selalu bertolak dari suatu hipotesis yang diperoleh dari suatu teori tertentu, dan bertujuan untuk menentukan sifat dari hubungan antara satu atau lebih variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas. Sedangkan pendekatan penelitian dengan metode kuantitatif yaitu menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Ruang lingkup penelitian pada kawasan wisata religi Maulana Malik Ibrahim dan

Sunan Giri di Kabupaten Gresik. Dengan menggunakan data primer dan data sekunder dimana data primer berupa data yang diperoleh dari beberapa unit pelaku usaha wisata di kawasan wisata religi di makam Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri, sedangkan data sekunder diperoleh dari Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Gresik dan Kepala UPTD kawasan Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dan kuesioner. Wawancara dilakukan sesi pertanyaan kepada kepala UPTD kawasan wisata religi Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri, sedangkan kuesioner diberikan pada pelaku usaha wisata di kawasan Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri. Populasi pada penelitian ini berlokasi di Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri dengan sampel diantaranya 30 responden di kawasan Maulana Malik Ibrahim dan 30 responden Sunan Giri. Jadi jumlah keseluruhan sampel sebanyak 60 responden. Dan menggunakan skala pengukuran dengan skala likert. Berikut adalah tabel definisi operasional

Tabel 2 Definisi Operasional Variabel

	<b>Definisi Operasional Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Keberadaan Wisata Religi	Keberadaan kegiatan Wisata Ziarah di kawasan wisata makam Syech Maulana Malik Ibrahim dan kawasan Wisata Sunan Giri di Kabupaten Gresik	<ol style="list-style-type: none"> <li>Obyek dan Daya tarik wisata (ODTW)</li> <li>Wisatawan / pengunjung ziarah</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keberadaan dan Perkembangan Obyek kunjungan ziarah serta, Sarana dan Prasarana Wisata</li> <li>Keberadaan dan Perkembangan atraksi wisata</li> <li>Keberadaan dan Perkembangan wisatawan / pengunjung ziarah</li> <li>Perkembangan Lama waktu wisatawan / pengunjung ziarah</li> </ul>	Skala Likert
Penyerapan Tenaga Kerja (Y)	jumlah tenaga kerja yang bekerja dalam suatu unit usaha baik sektor formal dan sektor informal	Penyerapan tenaga kerja pada Usaha Pariwisata / UMKM di kawasan wisata Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perkembangan jumlah unit usaha</li> <li>Perkembangan jumlah modal / asset</li> <li>Perkembangan jumlah konsumen</li> <li>Perkembangan jumlah tenaga kerja Upah / penghasilan pekerja</li> </ul>	Skala Likert

### Analisis Data

Untuk menganalisis data atau menguji hipotesis penelitian maka digunakan metode kuantitatif atau metode statistik dengan menggunakan teknik analisis korelasi adalah suatu teknik analisis yang digunakan dalam pengujian hipotesis yang bersifat asosiatif, yaitu dugaan adanya hubungan antar variabel dalam populasi (Sugiyanto, 2004 : 176).

Korelasi merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif sedangkan kuatnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi (Sugiyono, 2009 : 224).

Adapun teknik analisis yang digunakan adalah:

1. Analisis korelasi Sederhana atau analisis Product Moment untuk menguji yaitu suatu teknik korelasi yang digunakan untuk mencari hubungan dan menguji hipotesis hubungan dua variabel, bila data variabel berbentuk rasio atau interval

Analisis korelasi ini digunakan untuk menguji hipotesis :

- a. Korelasi antara keberadaan dan perkembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) terhadap penyerapan tenaga kerja.
- b. Korelasi antara keberadaan dan perkembangan Wisatawan terhadap penyerapan tenaga kerja

Adapun rumus Korelasi sederhana atau analisis Product Moment adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2 y^2)}}$$

Dimana :

$r_{xy}$  = Korelasi antara variabel X dan Y

$x$  =  $(x_1 - \bar{x})$

$y$  =  $(y_1 - \bar{y})$

2. Analisis Korelasi Ganda (*Multiple Correlation*) yaitu suatu teknik korelasi yang digunakan untuk mencari hubungan dan menguji hipotesis antara dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen

Analisis korelasi ini digunakan untuk menguji hipotesis :

Korelasi antara keberadaan dan perkembangan ODTW dan Wisatawan di kawasan wisata Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri Kabupaten Gresik terhadap penyerapan tenaga kerja.

Adapun rumus korelasi ganda sebagai berikut :

$$R_{y.x_1x_2} = \frac{\sqrt{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1} r_{yx_2} r_{x_1x_2}}}{\sqrt{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

Dimana :

$R_{y.x_1x_2}$  = Korelasi antara variabel  $X_1$  dengan  $X_2$  secara bersama – sama dengan variabel Y

$r_{yx_1}$  = Korelasi Product Moment antara  $X_1$  dengan Y

$r_{yx_2}$  = Korelasi Product Moment antara  $X_2$  dengan Y

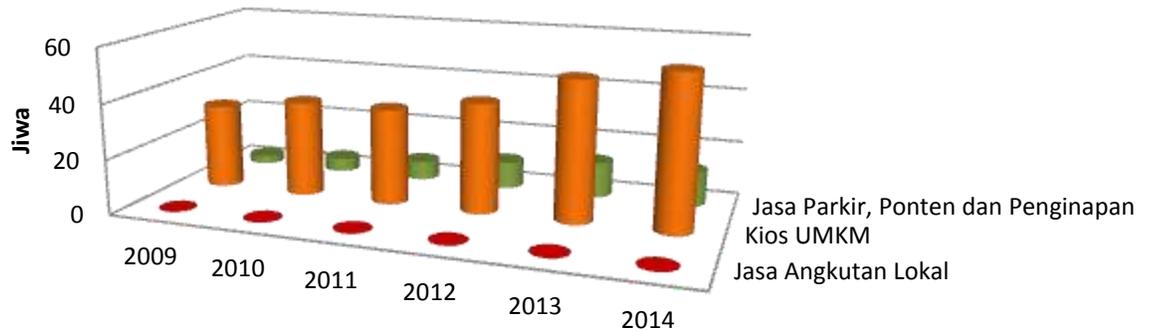
$r_{x_1x_2}$  = Korelasi Product Moment antara  $X_1$  dengan Y

### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Usaha Pariwisata

Usaha pariwisata di kawasan wisata Malik Ibrahim dan Sunan Giri sebagian besar merupakan usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang menyediakan kebutuhan pariwisata baik berupa makanan, minuman, hasil kerajinan dan barang-barang lainnya. Adapun data usaha pariwisata tersebut selama Tahun 2009 – 2014 dapat dilihat pada grafik 1, 2, 3 dan grafik 4

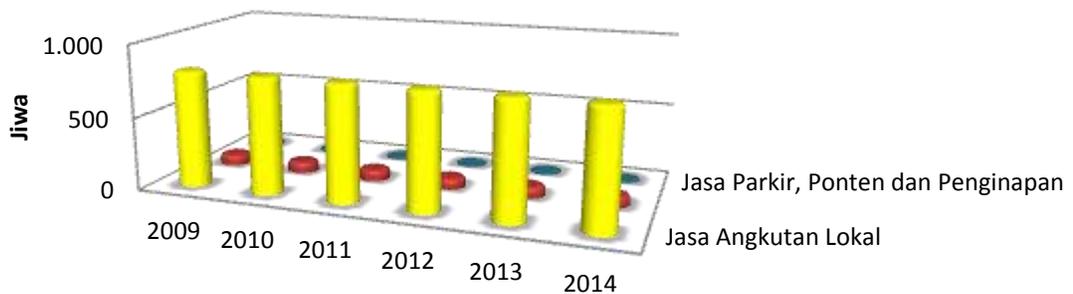
**Grafik 1 Usaha Pariwisata di Kawasan Wisata Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri selama Tahun 2009-2014 (Kawasan Sunan Malik Ibrahim)**



	2009	2010	2011	2012	2013	2014
■ Jasa Angkutan Lokal	0	0	0	0	0	0
■ Kios UMKM	31	35	35	40	51	56
■ Jasa Parkir, Ponten dan Penginapan	3	5	7	10	13	13

Sumber: UPTD Kawasan Wisata Malik Ibrahim dan Sunan Giri

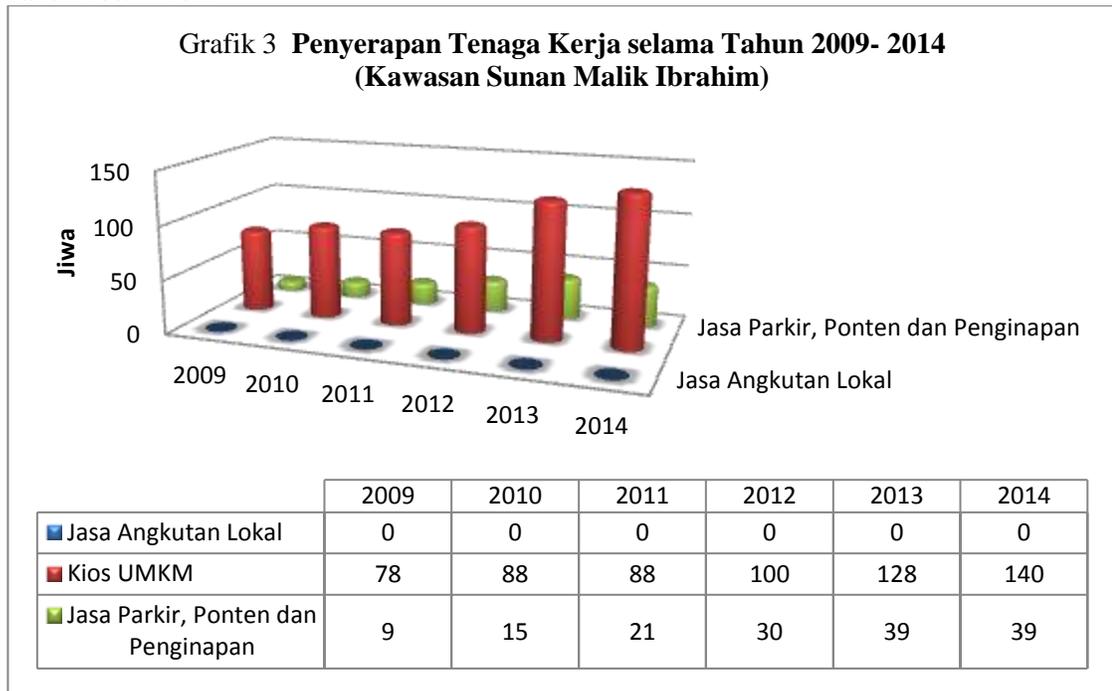
**Grafik 2 Usaha Pariwisata di Kawasan Wisata Maulana Malik Ibrahim dan Sunan Giri selama Tahun 2009-2014 (Kawasan Sunan Giri)**



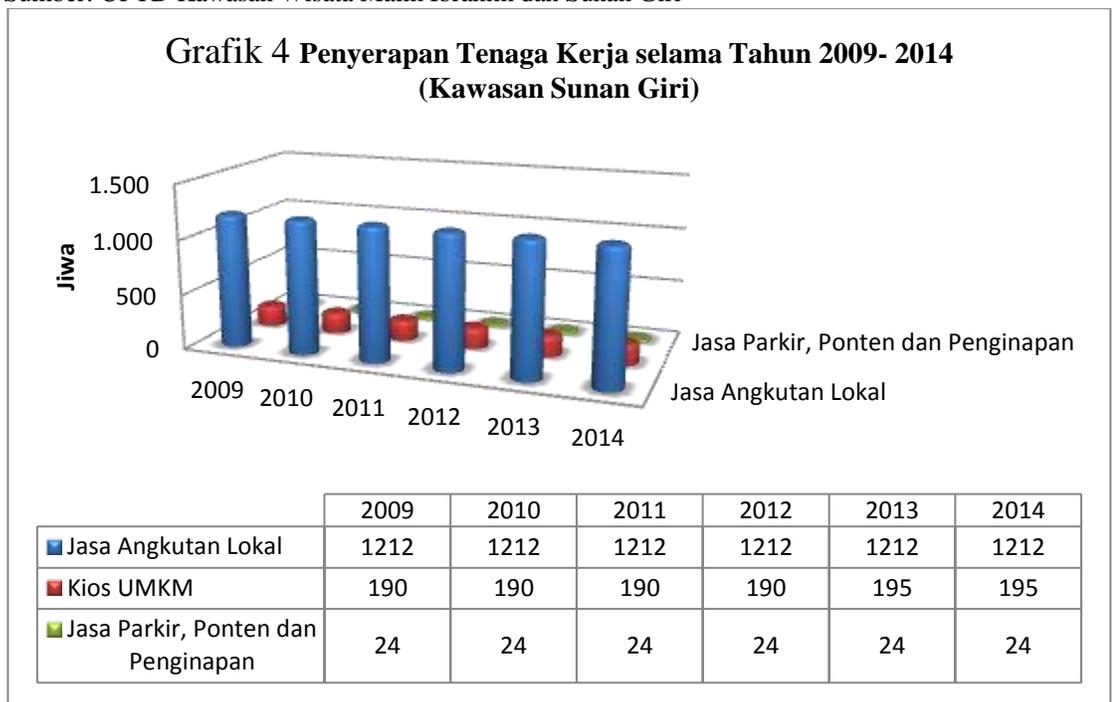
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
■ Jasa Angkutan Lokal	808	808	808	808	808	808
■ Kios UMKM	76	76	76	76	78	78
■ Jasa Parkir, Ponten dan Penginapan	8	8	8	8	8	8

Sumber: UPTD Kawasan Wisata Malik Ibrahim dan Sunan Giri

**Grafik 3 dan 4 Penyerapan Tenaga Kerja di Kawasan Sunan Giri dan Malik Ibrahim selama Tahun 2009 – 2014**



Sumber: UPTD Kawasan Wisata Malik Ibrahim dan Sunan Giri



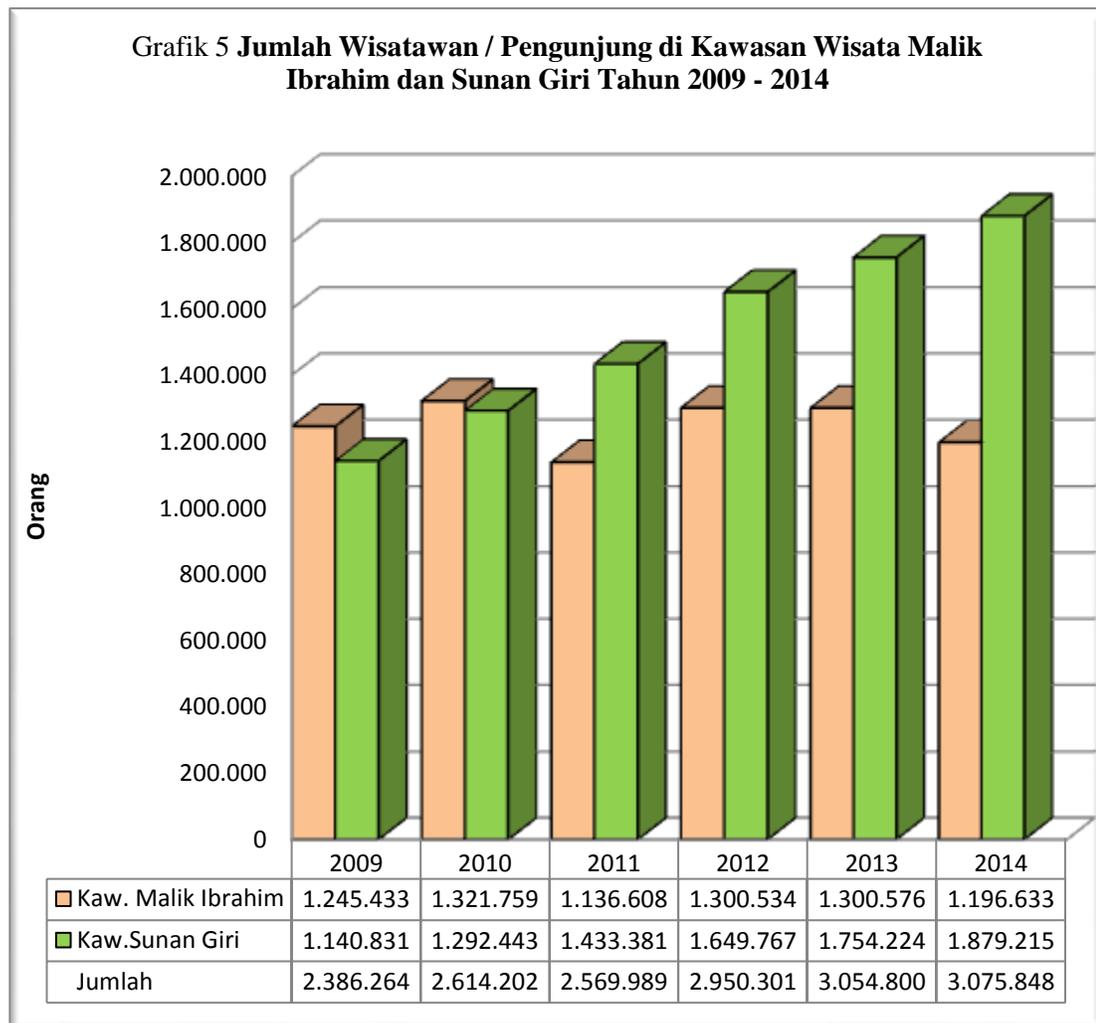
Sumber: UPTD Kawasan Wisata Malik Ibrahim dan Sunan Giri

Dari grafik 1,2, 3 dan tabel 4 bisa terlihat bahwa:

1. Usaha pariwisata di kawasan wisata Sunan Giri ternyata lebih banyak jenisnya dan lebih banyak jumlahnya daripada usaha pariwisata di kawasan Maulana Malik Ibrahim.
2. Walaupun perkembangannya tidak begitu besar namun, dari tahun ke tahun menunjukkan trend peningkatan.
3. Penyerapan tenaga kerja di kawasan wisata Sunan Giri lebih banyak daripada di kawasan wisata Maulana Malik Ibrahim.
4. Walaupun perkembangannya tidak begitu besar namun, dari tahun ke tahun menunjukkan trend peningkatan.

#### 4.2.3 Wisatawan dan Pendapatan Restribusi

Wisatawan / pengunjung kawasan wisata Malik Ibrahim dan Sunan Giri selama Tahun 2009 – 2014 dapat dilihat pada grafik 5



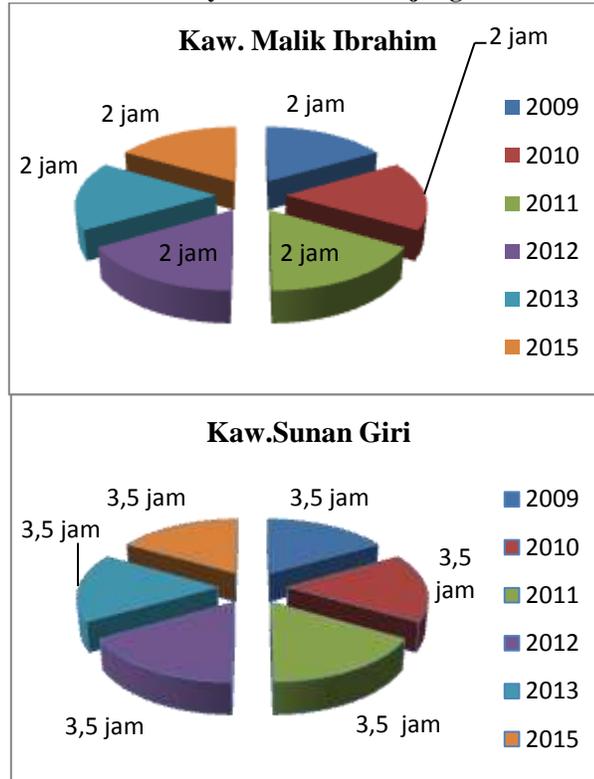
Sumber: UPTD Kawasan Wisata Malik Ibrahim dan Sunan Giri

Dari grafik 5 dapat terlihat bahwa :

1. Untuk kawasan wisata Malik Ibrahim jumlah wisatawan / pengunjung selama Tahun 2009-2014 sebesar 7.501.543 atau rata-rata per tahun sebesar 1.250.257 atau rata-rata perhari sebesar 3.473 wisatawan / pengunjung.

2. Untuk kawasan wisata Sunan Giri jumlah wisatawan / pengunjung selama Tahun 2009-2014 sebesar 9.149.861 atau rata-rata per tahun sebesar 1.524.977 atau rata-rata perhari sebesar 4.236 wisatawan / pengunjung.
3. Wisatawan / pengunjung kawasan wisata Malik Ibrahim dan Sunan Giri sebenarnya orangnya sama / rombongan, karena wisatawan religi rata-rata merupakan rombongan dan paket artinya obyek yang dikunjungi adalah sama dan sudah dipaket (paket wisata wali limo atau paket wali songo) dan dilakukan secara beurutan.
4. Adanya jumlah wisatawan / pengunjung kawasan wisata Sunan Giri lebih banyak daripada kawasan wisata Malik Ibrahim karena ada yang menjadwalkan ke makam Sunan Giri namun tidak ke makam Maulana Malik Ibrahim. Terutama untuk rombongan yang memilih paket wali limo. Di samping itu wisatawan lokal banyak hanya berziarah di Sunan Giri.

Grafik 6 Lamanya Waktu Berkunjung Wisatawan



Sumber: UPTD Kawasan Wisata Malik Ibrahim dan Sunan Giri

Tidak mengalami perkembangan dari Tahun 2009-2014 yaitu untuk di kawasan Wisata Malik Ibrahim selama  $\pm 2$  jam dan untuk kawasan wisata Sunan Giri selama  $\pm 3,5$  jam. Hal tersebut dikarenakan untuk lokasi makam Malik Ibrahim dengan lokasi terminal sangat dekat dan tidak memerlukan waktu yang lama, sedangkan lokasi di makam Sunan Giri dengan lokasi terminal berjarak  $\pm 2$  km dan untuk menuju ke lokasi makam memerlukan jalan kaki menanjak di perbukitan sehingga hal tersebut membutuhkan waktu yang lama.

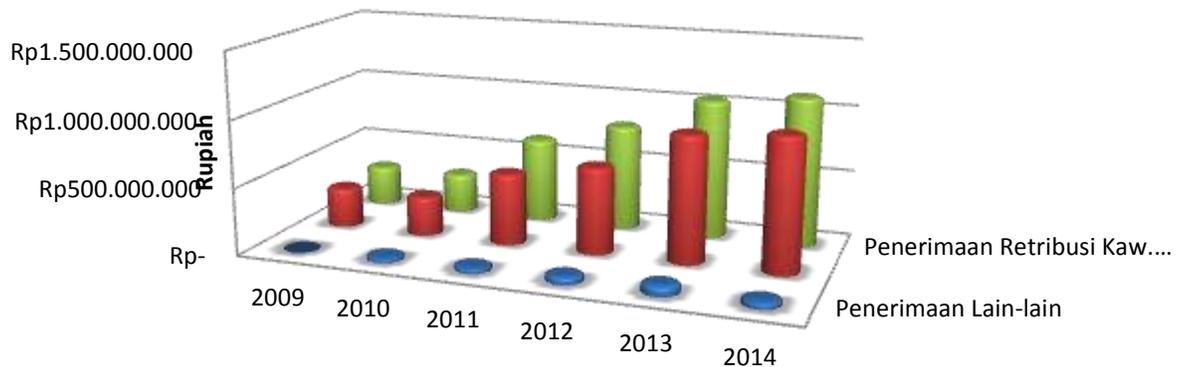
Karena waktu kunjung relatif pendek, maka kesempatan untuk belanja membeli kebutuhan waktunya terbatas.

Retribusi kawasan wisata Malik Ibrahim dan Sunan Giri sebelum Tahun 2011 berdasarkan atas Peraturan Daerah Kabupaten Gresik Nomor 17 Tahun 2001 tentang Retribusi kawasan wisata, yaitu bahwa setiap pengunjung dikenakan retribusi sebesar Rp 500,00 sekali masuk. Kemudian pada Tahun 2011 ditetapkan Peraturan Daerah Kabupaten Gresik Nomor 6 Tahun 2011 tentang retribusi jasa umum, yang menetapkan besarnya tarif retribusi kawasan wisata sebesar Rp 1.000 sekali masuk.

Untuk pemungutan retribusi kawasan wisata pemerintah Kabupaten Gresik bekerja sama dengan pihak ketiga dengan sistem kontrak yaitu setiap tahun di tetapkan target penerimaan yang harus dipenuhi oleh penerima kontrak. Adapun pihak ketiga yang diajak kerjasama dalam pemungutan retribusi kawasan wisata yaitu pada Tahun 2009-2012 bekerja sama pada CV. Rahma Jaya sedangkan pada Tahun 2013-2014 bekerja sama dengan CV.Gresik Jaya

Disamping itu bahwa pendapatan / penerimaan sektor kepariwisataan di kawasan Malik Ibrahim dan Sunan Giri tidak hanya berasal dari retribusi yang dikenakan bagi wisatawan / pengunjung ,namun juga penerimaan lain-lain yaitu dari jasa sewa fasilitas yang ada di kawasan wisata terutama di lokasi terminal wisata.

**Grafik 7 Penerimaan Retribusi Kawasan Wisata**



	2009	2010	2011	2012	2013	2014
■ Penerimaan Lain-lain	0	34.150.0	37.250.0	55.250.0	74.990.0	47.000.0
■ Penerimaan Retribusi Kaw. Malik Ibrahim	300.000.	300.000.	538.943.	650.000.	950.000.	1.000.00
■ Penerimaan Retribusi Kaw. Sunan Giri	300.000.	300.000.	638.062.	800.000.	1.050.00	1.122.00

Sumber: Dinas Kebudayaan Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Gresik

Dari grafik 7 terlihat bahwa :

1. Penerimaan sektor pariwisata dari kawasan Malik Ibrahim dan Sunan Giri menunjukkan trend yang sangat meningkat, peningkatan selama Tahun 2009-2014 sebesar Rp 1.569.000,00 atau peningkatan rata-rata per tahun Rp 261.500,00
2. Pendapatan / penerimaan dari kawasan wisata Sunan Giri lebih besar daripada penerimaan di kawasan wisata Malik Ibrahim, walaupun perbedaannya tidak begitu mencolok.

### **Analisis Korelasi Antara Keberadaan dan Perkembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata (X<sub>1</sub>) Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja (Y)**

Untuk menganalisis korelasi antara keberadaan dan perkembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata pada penyerapan tenaga kerja digunakan teknik analisis korelasi *product*

*momentatau product moment coefficient (person's coefficient of correlation)* dengan perhitungan aplikasi SPSS 17.

Hasil memproses data analisis dengan SPSS sebagai berikut:

Tabel 3 **Korelasi antara Obyek dan Daya Tarik Wisata**

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X.1__O.D.T.W	10.22	1.905	60
Y__Penyerapan_tenaga_kerja	21.05	4.002	60

Correlations			
		X.1__O.D.T.W	Y__Penyerapan_tenaga_kerja
X.1__O.D.T.W	Pearson Correlation	1	.645**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
Y__Penyerapan_tenaga_kerja	Pearson Correlation	.645**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Obyek dan Daya Tarik Wisata( $X_1$ ) memiliki nilai korelasi 0,645. Variabel Obyek dan Daya Tarik Wisata( $X_1$ ) memiliki tingkat/ keeratan hubungan hubungan sebesar 65% terhadap variabel Penyerapan Tenaga Kerja( $Y$ ). Hal ini berarti bahwa hubungan antar dua variabel adalah positif, dengan kata lain jika variabel Obyek dan Daya Tarik Wisata( $X_1$ ) naik maka variabel Penyerapan Tenaga Kerja( $Y$ ) juga cenderung mengalami kenaikan atau semakin besarkeberadaan dan perkembangan Obyek Daya Tarik Wisata maka semakin besar Penyerapan Tenaga Kerja. Kemudian untuk mengetahui kategori tingkat / keeratan hubungan tersebut maka dapat berpedoman pada tabel 4.

Tabel 4 **Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono, 2009 : 231

Pada tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa kategori tingkat / keeratan hubungan antara keberadaan dan perkembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata terhadap Penyerapan Tenaga Kerja termasuk dalam kategori Kuat.

**Analisis Korelasi Antara Keberadaan dan Perkembangan Wisatawan ( $X_2$ ) Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja ( $Y$ )**

Untuk menganalisis korelasi Wisatawan pada penyerapan tenaga kerja digunakan teknik analisis korelasi *product moment* atau *product moment coefficient (person's coefficient of correlation)* dengan perhitungan aplikasi SPSS 17.

Hasil pemrosesan data analisis dengan SPSS sebagai berikut:

Tabel 5 **Korelasi antara Wisatawan terhadap Penyerapan Tenaga Kerja**

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
X.2__Wisatawan	7.63	1.178	60
Y__Penyerapan_tenaga_kerja	21.05	4.002	60

**Correlations**

		X.2__Wisatawan	Y__Penyerapan_tenaga_kerja
X.2__Wisatawan	Pearson Correlation	1	.669**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
Y__Penyerapan_tenaga_kerja	Pearson Correlation	.669**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Correlations**

		X.2__Wisatawan	Y__Penyerapan_tenaga_kerja
X.2__Wisatawan	Pearson Correlation	1	.669**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
Y__Penyerapan_tenaga_kerja	Pearson Correlation	.669**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Wisatawan ( $X_2$ ) memiliki nilai korelasi 0,669. Variabel Wisatawan ( $X_2$ ) memiliki tingkat / keeratan hubungan hubungan sebesar 67% terhadap variabel Penyerapan Tenaga Kerja(Y). Hal ini berarti bahwa hubungan antar dua variabel adalah positif, dengan kata lain jika variabel Wisatawan ( $X_2$ ) naik maka variabel Penyerapan Tenaga Kerja(Y) juga cenderung mengalami kenaikan atau semakin besar keberadaan dan perkembangan Wisatawan maka semakin besar Penyerapan Tenaga Kerja. Pada tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa kategori tingkat / keeratan hubungan antara keberadaan dan perkembangan Wisatawan terhadap Penyerapan Tenaga Kerja termasuk dalam kategori Kuat.

**Analisis Korelasi Antara Keberadaan dan Perkembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata ( $X_1$ ) Terhadap Keberadaan dan Perkembangan Wisatawan ( $X_2$ )**

Untuk menganalisis korelasi antara keberadaan dan perkembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata pada Wisatawan digunakan teknik analisis korelasi *product moment* atau *product moment coefficient ( person's coefficient of correlation )* dengan perhitungan aplikasi SPSS 17.

Hasil pemrosesan data analisis dengan SPSS sebagai berikut:

**Tabel 6 Korelasi antara Keberadaan dan Perkembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata terhadap Keberadaan dan Perkembangan Wisatawan**

**Correlations**

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X.1__O.D.T.W	10.22	1.905	60
X.2__Wisatawan	7.63	1.178	60

Correlations			
		X.1__O.D.T.W	X.2__Wisatawan
X.1__O.D.T.W	Pearson Correlation	1	.761**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
X.2__Wisatawan	Pearson Correlation	.761**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 6 di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Obyek dan Daya Tarik Wisatawan( $X_1$ ) memiliki nilai korelasi 0,761. variabel Obyek dan Daya Tarik Wisata( $X_1$ ) memiliki tingkat / keeratan hubungan hubungan sebesar 76% terhadap variabel perkembangan keberadaan Wisatawan ( $X_2$ ). Hal ini berarti bahwa hubungan antar dua variabel adalah positif, dengan kata lain jika variabel Obyek dan Daya Tarik Wisata( $X_1$ ) naik maka variabel perkembangan keberadaan Wisatawan ( $X_2$ ) juga cenderung mengalami kenaikan atau semakin besar keberadaan dan

perkembangan Obyek Daya Tarik Wisata maka semakin besar Wisatawan. Pada tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa kategori tingkat / keeratan hubungan antara keberadaan dan perkembangan keberadaan Obyek dan Daya Tarik Wisata terhadap perkembangan keberadaan Wisatawan termasuk dalam kategori Kuat.

**Korelasi Antara Keberadaan dan Perkembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata ( X<sub>1</sub>) dan Keberadaan Perkembangan Wisatawan (X<sub>2</sub>) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja (Y)**

Untuk menganalisis korelasi antara keberadaan Wisata Religi yang meliputi keadaan dan perkembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata (X<sub>1</sub>) dan Wisatawan (X<sub>2</sub>) pada penyerapan tenaga kerja (Y) digunakan teknik analisis korelasi Ganda (*multiple correlation*) dengan perhitungan aplikasi SPSS 17.

Hasil pemrosesan data analisis dengan SPSS sebagai berikut:

**Tabel 7 Korelasi Antara Keberadaan dan Perkembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata (X<sub>1</sub>) dan Keberadaan Perkembangan Wisatawan (X<sub>2</sub>) terhadap Penyerapan Tenaga Kerja (Y)**

Correlations			X.1__O.D.T.W	X.2__Wisatawan
Control Variables				
Y__Penyerapan_tenaga_kerja	X.1__O.D.T.W	Correlation	1.000	.579
		Significance (2-tailed)	.	.000
		Df	0	57
	X.2__Wisatawan	Correlation	.579	1.000
		Significance (2-tailed)	.000	.
		Df	57	0

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat disimpulkan bahwa variabel Obyek dan Daya Tarik Wisatawan(X<sub>1</sub>) dan Wisatawan (X<sub>2</sub>) memiliki nilai korelasi 0,579 terhadap variabel Penyerapan Tenaga Kerja (Y). Hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> terhadap variabel Y adalah positif, dengan kata lain jika variabel keberadaan dan perkembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata(X<sub>1</sub>) dan Wisatawan (X<sub>2</sub>) naik maka variabel perkembangan keberadaan Penyerapan Tenaga Kerja(Y) juga cenderung mengalami kenaikan atau semakin besar keberadaan dan perkembangan Obyek Daya Tarik Wisata dan Wisatawan maka semakin besar Penyerapan Tenaga Kerja. Pada tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa kategori tingkat / keeratan hubungan antara keberadaan dan perkembangan keberadaan Obyek dan Daya Tarik Wisata dan Wisatawan terhadap perkembangan keberadaan Wisatawan termasuk dalam kategori Sedang.

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis data pada bab IV, dapat disimpulkan bahwa:

1. Keberadaan dan Perkembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata ( $X_1$ ) Korelasi terhadap Penyerapan Tenaga Kerja (Y) menunjukkan adanya korelasi positif dengan kategori Kuat. Keberadaan Obyek dan Daya Tarik Wisata akan menghadirkan kegiatan-kegiatan secara langsung maupun tidak langsung yang dapat menyerap tenaga kerja
2. Korelasi antara Wisatawan terhadap Penyerapan Tenaga Kerja menunjukkan adanya korelasi positif dengan kategori Kuat. Keberadaan dan perkembangan Wisatawan akan mempengaruhi perkembangan permintaan atau *demand* barang dan jasa kebutuhan wisatawan. Kebutuhan barang dan jasa tersebut akan menumbuh kembangkan usaha kepariwisataan dan penyerapan tenaga kerja.
3. Korelasi antara perkembangan keberadaan Obyek dan Daya Tarik Wisata terhadap Wisatawan menunjukkan adanya korelasi positif dengan kategori Kuat. Hal ini mengandung makna bahwa Obyek dan Daya Tarik Wisata menarik untuk datangnya wisatawan. Terutama pada Obyek dan Daya Tarik Wisata yang memiliki ciri unik, yang artinya adanya kekhususan yang membedakan dengan ODTW lain yang tidak bisa digantikan atau disamakan. Obyek dan Daya Tarik Wisata Religi mempunyai keunikan atau kekhususan karena wisatawan atau pengunjung ziarah di Obyek Wisata tersebut mempunyai kekhususan yang ada hubungan dengan nilai religi dan kepercayaan. Sehingga keberadaan dan perkembangan wisatawan atau pengunjung ziarah tidak terpengaruh dengan kondisi ekonomi, maksudnya kondisi ekonomi menurun tidak mempengaruhi menurunnya jumlah wisatawan bahkan dari data perkembangan wisatawan selama 5 tahun menunjukkan kenaikan
4. Korelasi antara keberadaan wisata religi yang meliputi keberadaan dan perkembangan Obyek dan Daya Tarik wisata dan Wisatawan terhadap Penyerapan Tenaga Kerja menunjukkan adanya korelasi positif yang menunjukkan Sedang. Bahwa hubungan secara parsial antara  $X_1$  dengan Y kategori Kuat dan antara  $X_2$  dengan Y kategori Kuat namun secara simultan (bersama-sama) antara  $X_1$  dengan  $X_2$  terhadap Y dalam kategori Sedang. Hal ini menunjukkan ada faktor-faktor atau variabel lain yang ikut berpengaruh

### Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut diatas hasil penelitian di atas, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut

1. Wisata Religi di Kabupaten Gresik perlu ditingkatkan dan dikembangkan lebih lanjut agar mempunyai dampak lebih besar terhadap perkembangan perekonomian dan pembangunan daerah serta penyerapan tenaga kerja . Pengembangan tersebut diarahkan untuk menjadikan Kabupaten Gresik sebagai daerah tujuan wisata (Destinasi Pariwisata) dan bukan sekedar sebagai transit wisata. Adapun pengembangan wisata tersebut antara lain adalah pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW), Fasilitas dan sarana prasarana serta pengembangan partisipasi masyarakat terhadap pariwisata serta mengadakan promosi dan peningkatan pelayanan yang lebih baik.

2. Perlu diupayakan langkah-langkah atau strategi untuk menahan wisatawan, artinya memperpanjang waktu berkunjung pariwisata di Kabupaten Gresik. Dengan makin lamanya wisatawan di Kabupaten Gresik berarti makin besar kesempatan mereka untuk membelanjakan uangnya dan belanja wisata tersebut mempunyai efek ganda terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat daerah. Untuk menahan lama kunjung wisatawan maka perlu pengembangan ODTW baru dan atraksi – atraksi wisata.
3. Disamping strategi menarik dan menahan wisatawan di Kabupaten Gresik juga perlu dilakukan strategi memuaskan wisatawan artinya diupayakan langkah-langkah atau strategi untuk membuat wisatawan menjadi puas dan mempunyai kesan yang baik terhadap obyek yang dikunjungi, untuk itu perlu dilakukan peningkatan pelayanan wisatawan mengembangkan cinderamata atau buah tangan yang dapat dibawa oleh wisatawan. Strategi ini merupakan promosi wisata yang paling efektif untuk menarik wisatawan, karena ketertarikan seseorang pada suatu obyek banyak dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal (*komunikasi Getok Tular*) atau komunikasi dari mulut ke mulut.
4. Potensi wisata religi di Kabupaten Gresik cukup besar dan mempunyai prospek yang cukup baik untuk itu pemerintah daerah hendaknya lebih meningkatkan perhatiannya dalam pengembangan wisata yang berbasis ekonomi kerakyatan. Sehingga pada gilirannya pengembangan ekonomi kerakyatan tersebut dapat menyerap tenaga kerja serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam pengembangan ekonomi kerakyatan perlu kemudahan akses permodalan, pembinaan / pemberdayaan usaha, promosi dan pem:

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Rika, 2004, *Upaya Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kabupaten Pasir Dalam Mengembangkan Potensi Pariwisata di Kabupaten Pasir Kaltim*, FIA Universitas Brawijaya, Malang
- Ardhana, Ducky, 2013, *Pengaruh Kualitas Objek Wisata Sumatera Barat Terhadap Kepuasan Wisatawan*, FE Universitas Andalas
- Arasteh, Mohammad, 2011, *The Role of Religion and Islam in the Tourism Industry of Iran*, Islamic Azad University, Islamshahr Branch, Islamshahr, Iran
- Arikunto, Suharsimi, 1983, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Bina Aksara
- Bahrudin, Muhammad, 2013, *Perancangan Media promosi wisata religi islam Gresik sebagai upaya mengangkat potensi wisata*, Surabaya : STM IK STIKOM
- BPS Kabupaten Gresik. 2008. *Gresik Dalam Angka 2009*. Kabupaten Gresik
- BPS Kabupaten Gresik. 2009. *Gresik Dalam Angka 2010*. Kabupaten Gresik
- BPS dan BAPPEDA Kabupaten Gresik. 2010. *Gresik Dalam Angka 2011*. Kabupaten Gresik
- BPS dan BAPPEDA Kabupaten Gresik. 2011. *Gresik Dalam Angka 2012*. Kabupaten Gresik
- BPS dan BAPPEDA Kabupaten Gresik. 2012. *Gresik Dalam Angka 2013*. Kabupaten Gresik
- BPS dan BAPPEDA Kabupaten Gresik. 2013 *Gresik Dalam Angka 2014*. Kabupaten Gresik
- Buku, Pesona Wisata Kabupaten Gresik, Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Gresik
- Darmadjati, R.S. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta. Pradya Paramita
- Faster, Dennis L, 2000. *Fest Class An Introduction to travel and Tourism*, Edisi Bahasa Indonesia, Penerjemah Tribudi Sastrio. Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Harsojo, 1986, *Pengantar Antropologi cetakan keenam*. Bandung. Bina Cipta

- Hartono, Hari, 1974, *Perkembangan Pariwisata, Kesempatan Kerja dan Permasalahannya*, Jakarta, Prisma No. 1
- Imam, Ghazali, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS19*, Semarang, Badan Penerbit UNDIP
- Kerlinger, Fred N, 1990, *Asas-Asas Penelitian Behavior*, Edisi ketiga, Penerjemah Landung R.Simatupang.Yogyakarta, Gadjah Mada University Press
- Kuncoro, Mudrajad, 1997, *Ekonomi Pembangunan Teori, Masalah dan Kebijakan*, Yogyakarta, Penerbit UPP AMP YKPN
- Koentjaraningrat, 1982, *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan, Jakarta*, Gramedia
- Koentjaraningrat, 1994, *Kebudayaan Jawa*, Jakarta, Balai Pustaka
- Nasikun, 1997, *Model Pariwisata: Pemodelan Pariwisata Pedesaan Untuk Pembangunan Pedesaan Yang Berkelanjutan*, Myra P. Gunawan, editor Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan. Bandung, ITB
- Monica, Wendy egga, 2006, *Intensifikasi Pajak Hotel dan Restoran melalui pengembangan pariwisata dan implikasinya terhadap peningkatan PAD Kabupaten Tulungagung*, FEB, Universitas Brawijaya
- Pitana, I Gede dan Diarta, I ketut Surya , 2009, *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta. Penerbit Andi
- Pendit, Nyoman, S, 2003, *Ilmu Pariwisata*, Jakarta, Pradya Pramita
- Prasetya, Andri Dwi, 2008, *Rencana Pengembangan Kompleks Pemakaman Gus Dur (Tebuireng) sebagai wilayah Wisata Religi Kabupaten Jombang*, FIA, Universitas Brawijaya
- Simanjuntak, Payaman.J, 1998, *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*, Jakarta. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Simane, Maria T and Buyd, Stephen, 2010, *The Development of Religious Heritage Tourism in Northern Ireland: Opportunities, benefits and obstacles*, Ulster Business School, University of Ulster, Northern Ireland
- Sinclair M.Thea dan Stabler Mike, 2007, *The Economic of Tourism*”, Canada, Routledge
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 1986, *Metode Penelitian Survey*, Jakarta, Lp3ES
- Soediyono. 1980, *Ekonomi Mikro Perilaku Harga Pasar dan Konsumen edisi Ketiga*, Yogyakarta, Penerbit Liberty
- Soekadijo, R.G, 2000, *Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata sebagai “Systemic Linkage”)*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Spilane, James DR, 1987, *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*; Yogyakarta, Kanisius.
- Sudarma, Made, 2009, *Persepsi Wisatawan Terhadap Efektifitas E-Kios Destinasi Pariwisata Bali* , FE, Universitas Udayana Bali
- Sugiyono, 2009, *Statistika untuk Penelitian*, Cetakan ke 5, Bandung, Alfabeta
- Sugiyanto, 2004, *Analisis Statistika Sosial*, Cetakan Pertama, Malang, Bayumedia Publishing
- Sumarjan , Selo, 1974, *Pariwisata dan Kebudayaan*, Yogyakarta, Prisma No.1
- Suleiman, Jafar Subhi hardan, 2010, *Factors Impact on Religious Tourism Market The Case of the Palestinian territories*, School of Housing, Building and Planning, University Sains Malaysia.
- Sukirno, Sadono, 2003, *Pengantar teori Mikroekonomi*. Jakarta, Penerbit Raja Grafindo Persabda
- Suroto, 1992, *Strategi Pembangunan dan Perencanaan Kesempatan Kerja*, Yogyakarta, Gadjah Mada University Press
- Suwantoro, Gamal, 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*, Yogyakarta, Andi
- Yuniar Achmalia, 2014, *Pengaruh Wisata Makam Sunan Giri pada perkembangan ekonomi masyarakat sekitar*,  
( <http://jakarta.kompasiana.com/social-budaya/2014/01/03>) diakses pada tanggal 05 oktober 2014

Yoeti, H Oka A, 1985, *Pemasaran Pariwisata*, Bandung, Angkasa

Yoeti, H Oka A, 1997, *Perencanaan & Pengembangan Pariwisata*, Jakarta, Penerbit PT Pradya Paramita

Yoeti, H Oka A, 2008, *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi dan Implementasi*. Jakarta, Penerbit PT Pradya Paramita

Wahab, Salah, 1996, *Manajemen Kepariwisata*, Alih Bahasa Frans Gromang, Cetakan ke 3, Jakarta, Pradya Paramita

Widjayanti, Kurnia, 2006, *Penataan Kawasan Wisata religi kompleks Masjid jami' Kota Pasuruan berbasis ekonomi masyarakat*, FT, Universitas Brawijaya

Widyo, M. Cahyo, 2001. *Peran Sarana pokok Industri pariwisata (Hotel dan Biro perjalanan) terhadap penyerapan tenaga kerja dan PAD kota Malang*. FEB, Universitas Brawijaya, Malang

**Peraturan Per Undang-Undangan**

Undang-undang Republik Indonesia nomor 13 tahun 2003 tentang Ketenaga Kerjaan

Undang – undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Undang-Undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata

Peraturan Daerah Kabupaten Gresik nomor 17 tahun 2001 tentang Retribusi Kawasan Wisata

Peraturan Daerah Kabupaten Gresik nomor 6 tahun 2011 tentang Retribusi Jasa Usaha

Keputusan Bupati Gresik nomor: 556/1489/HK/403.14/2001 tentang Penetapan dan Pengelolaan Kawasan Wisata