

THE INTENSITY OF RELIGIOUS TOURISM VISITS AS A DETERMINER OF INCOME FOR STREET VENDORS AROUND THE MASJID AGUNG, BANTEN LAMA

INTENSITAS KUNJUNGAN WISATA RELIGI MENJADI PENENTU PENDAPATAN *STREET VENDORS* KAWASAN MASJID AGUNG BANTEN LAMA

Annisa Nurfadhila¹, Asep Dadan Suganda^{2*}

^{1, 2} UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

*E-mail Korepondensi: asep.dadan@uinbanten.ac.id

Abstract

This research aims to determine the influence of religious tourism visits on the income of street vendors in the Great Mosque of Banten Lama at Serang City, Banten Province, Indonesia. This research used quantitative method, on 79 respondents with simple linear regression analysis. Based on the data and analytical tests, it can be concluded that there is a significant influence of religious tourism visits on the income of street vendors in the Great Mosque of Banten Lama area with a value of sig. $0.000 < 0.05$ and the regression coefficient value is positive at 0.633. The magnitude of the influence of religious tourism visits on the income of street vendors (PKL) is 15.4%, while the other 84.6% is influenced by other factors outside this study. This is obtained based on the results of primary data processing using SPSS version 25.0, and it can also be obtained that the coefficient of determination R square (R^2) is 0.154 or 15.4%.

Key Words: *Religious Tourism, Side Walk, Street Vendors, Banten Lama*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kunjungan wisata religi terhadap pendapatan pedagang kaki lima di Masjid Agung Banten Lama Kota Serang Provinsi Banten Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pada 79 responden dengan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan data dan uji analisis dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kunjungan wisata religi terhadap pendapatan pedagang kaki lima di kawasan Masjid Agung Banten Lama dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,633. Besarnya pengaruh kunjungan wisata religi terhadap pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) sebesar 15,4%, sedangkan 84,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal ini diperoleh berdasarkan hasil pengolahan data primer menggunakan SPSS versi 25.0, dan juga dapat diperoleh koefisien determinasi R square (R^2) sebesar 0,154 atau 15,4%.

Kata Kunci: *Wisata Religi, Pedagang Kaki Lima, Street Vendors, Banten Lama*

PENDAHULUAN

Kegiatan wisata sudah menjadi bagian esensial dalam kehidupan sehari-hari. Wisata biasa dilakukan sebagai bentuk pemuasan diri, relaksasi dari padatnya pekerjaan, atau sekedar menghabiskan waktu luang. Salah satu jenis wisata yang sedang berkembang saat ini adalah wisata halal. Fenomena meningkatnya pertumbuhan wisatawan muslim memberikan segmentasi baru bagi sektor pariwisata dan mempengaruhi industri pariwisata secara global. Berdasarkan laporan *Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the*

Organization of Islamic Cooperation (COMCEC) pada tahun 2016, kedatangan pengunjung Muslim di negara *OIC (The Organisation of Islamic Cooperation)* dan *non-OIC* diperkirakan mencapai 116 juta pada tahun 2014 dan diproyeksikan akan tumbuh menjadi 178 juta pada tahun 2020. ¹. *Global Muslim Travel Index (GMTI 2018)* melaporkan bahwa *market share* wisatawan Muslim tumbuh sangat cepat, diprediksi akan meningkat USD 220 miliar pada tahun 2020 dan diekspektasikan pada tahun 2026 akan meningkat dari USD 80 miliar menjadi USD 300 miliar. ².

Indonesia secara umum memiliki peluang yang cukup baik dalam industri pariwisata halal, dari penghargaan-penghargaan yang diperoleh merupakan suatu bukti bahwa potensi pariwisata halal di Indonesia dapat diandalkan. Walaupun Indonesia masih perlu berbenah dari kekurangan dan mencari solusi dari tantangan berkaitan dengan sumberdaya insani yang masih lemah dalam penguasaan bahasa asing, teknologi yang masih rendah, dan infrastruktur yang masih terbatas menjadi sebuah realita di lapangan yang menunjukkan bahwa masih kurangnya sarana dan prasarana yang tersedia seperti; area parkir, toilet, *home stay*, juga manajemen objek wisata yang masih belum memahami dengan baik konsep wisata halal itu sendiri. ³.

Termasuklah potensi objek wisata religi yang dimiliki Provinsi Banten sudah sangat dikenal oleh para wisatawan baik lingkup lokal, nasional maupun mancanegara. Adalah kawasan Masjid Agung Banten lama yang terletak di Desa Banten, Kecamatan Kasemen, Kota Serang yang memiliki nilai historis potret dari kejayaan Kesultanan Banten, juga bernilai religi dimana di kawasan ini terdapat makam para Sultan Banten seperti Sultan Maulana Hasanuddin tokoh yang sangat berpengaruh dalam penyebaran agama Islam di Banten. ⁴.

Keberadaan objek wisata religi Masjid Agung Banten Lama ini mengundang banyak pengunjung berdatangan untuk beribadah menunaikan shalat berjamaah, atau hanya sekedar melepas lelah dari aktivitas duniawi (warga sekitar) juga berziarah ke makam para-Sultan Banten. Menurut catatan Kenaziran Masjid Agung Banten Lama rata-rata pengunjung setiap bulan mencapai 1900 – 2000 orang, seperti yang dapat dilihat dari tabel berikut ini:

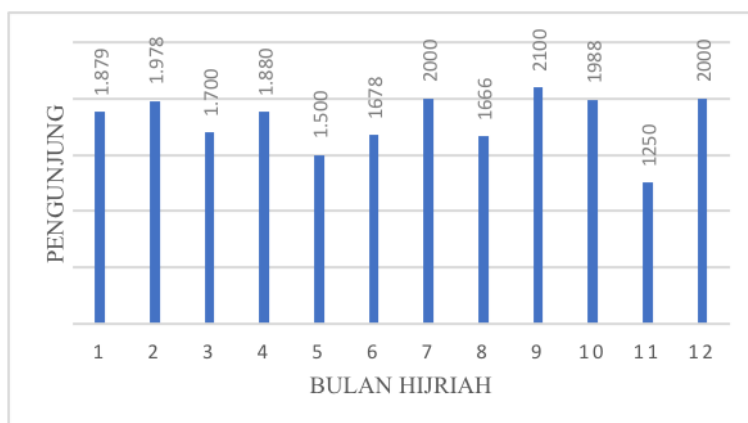
Grafik 1. Data Pengunjung Masjid Agung Banten Lama Tahun 1421-1422 H

¹ Soraya Ratna Pratiwi, Susanne Dida, and Nuryah Asri Sjafirah, “Strategi Komunikasi Dalam Membangun Awareness Wisata Halal Di Kota Bandung,” *Jurnal Kajian Komunikasi* 6, no. 1 (2018): 78–90.

² Sukoso et al., *Ekosistem Industri Halal*, ed. Asep A Prihanto, Muhamad Irfan Sukarna, and Hartono Harimurti, 1st ed. (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2020).

³ Sukoso et al.

⁴ Dinas Pariwisata Prov. Banten, “Ini Destinasi Wisata Sejarah Di Banten,” 2020.



Sumber: Hasil Wawancara dengan ke Nadziran Masjid Agung Banten Lama

Dapat dibayangkan dengan sekian banyaknya pengunjung yang datang pada setiap harinya tentu akan sangat berpengaruh dan memberikan dampak bagi kehidupan masyarakat sekitar terutama dalam sektor ekonomi yang dalam hal ini khususnya adalah *street vendors* (Pedagang Kaki Lima (PKL)) terlebih pada bulan-bulan tertentu yang di dalamnya terdapat hari besar Islam.⁵

Keberadaan *street vendors* (PKL) di tengah-tengah kehidupan masyarakat bukan semata-mata sebagai aktivitas ekonomi, melainkan juga merupakan suatu fenomena sosial. Hal ini dikarenakan *street vendors* (PKL) terlahir dari proses sosial sehingga fenomena kehadirannya juga dapat dijelaskan secara teoretis dengan menggunakan teori interaksi sosial. Disinilah masyarakat dari sektor perekonomian yang lemah menjadikan dirinya sebagai *street vendors* (PKL) sehingga sangat memungkinkan tempat wisata religi Banten Lama adalah tempat di mana para *street vendors* (PKL) melakukan transaksi jual beli dan segala aktivitas nya. Dari segi tempat, mereka menawarkan suatu barang dan jasa, Mulai dari peralatan solat, buku-buku berbasis religi, makanan-makanan khas Banten, souvenir-souvenir khas Banten, jasa foto dan sebagainya.⁶ Hal inilah yang menarik bagi penulis untuk melakukan penelitian mengenai dampak kunjungan wisata religi terhadap pendapatan para *street vendors* (PKL).

LANDASAN TEORI

Pengertian Wisata Religi

Istilah pariwisata dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek atau daya tarik. Sementara Industri pariwisata sendiri mengandung makna sebagai kumpulan usaha pariwisata yang saling berkaitan satu dengan lainnya dalam rangka menghasilkan (barang dan jasa) yang dibutuhkan oleh wisatawan.⁷ Pariwisata dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah yang

⁵ Prov. Banten.

⁶ Effendi Tajudin Noor, *Perkembangan Penduduk Sektor Informal, Dan Kemiskinan Di Kota* (Yogyakarta: Aditya Media, 1996).

⁷ Sukoso et al., *Ekosistem Industri Halal*.

berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi; pelancongan; turisme.⁸ Sedangkan E. Guyer mengemukakan pengertian pariwisata dalam⁹ bahwa secara modern pariwisata merupakan sebuah fenomena yang terjadi pada zaman sekarang berdasarkan atas kebutuhan kesehatan, pergantian atmosfer baru, yang dikendalikan kesadaran untuk menilai keindahan, kesenangan dan kenikmatan alam sebagai buah dari pengembangan kegiatan ekonomi (produksi, distribusi dan konsumsi).

Manakala wisata religi sering diartikan atau mengarah kepada wisata ziarah. Secara etimologi ziarah berasal dari bahasa Arab yaitu *zaara - yazuuru – ziyarotan* yang dapat diartikan kunjungan, baik kepada orang yang masih hidup maupun yang sudah meninggal.¹⁰ Sementara itu, dalam pemahaman masyarakat ziarah *identit* dengan melakukan kunjungan ke kuburan atau makam orang yang telah meninggal atau sering disebut dengan ziarah kubur.¹¹ Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa sansakerta, yaitu kata “*pari*” yang berarti halus, maksudnya mempunyai tata krama tinggi dan “*wisata*” yang berarti kunjungan atau perjalanan untuk melihat, mendengar, menikmati dan mempelajari sesuatu. Jadi, pariwisata berarti menyuguhkan suatu kunjungan secara bertata krama dan berbudi.¹²

Wisata religi merupakan salah satu jenis produk wisata yang melibatkan aktivitas dakwah serta menghadirkan sisi religiusitas, serta wisata kerohanian sehingga mampu mengunggah tingkat spritualitas seseorang terhadap Sang Pencipta, wisata religi biasanya memiliki makna khusus bagi umat beragama. Wisata religi ini banyak dihubungkan dengan niat dan tujuan sang wisatawan untuk memperoleh berkah *ibrah*, *tausiah* dan *hikmah* dalam kehidupannya. Tetapi tidak jarang pula untuk tujuan tertentu seperti untuk mendapat restu, kekuatan batin, keteguhan iman bahkan kekayaan berlimpah.¹³

Perjalanan wisata dalam bahasa arab sering diistilahkan dengan *assiyahah*. *Assiyahah* merupakan ungkapan yang menyebut air yang mengalir dan berjalan di permukaan tanah. Dalam konteks manusia kata *assiyahah* yang berarti bepergian diatas bumi dalam rangka beribadah, meningkatkan kesalehan ataupun tujuan apapun. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.¹⁴

⁸ Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, “KBBI Online,” 2016.

⁹ Yoeti Oka A, *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Bandung: Angkasa, 1983).

¹⁰ Ahmad Warsan Munawwir, *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap* (Surabaya: Penerbit Pustaka Progressif, 1984).

¹¹ Nur Indah Sari, Firdaus Wajdi, and Sari Narulita, “Peningkatan Spiritualitas Melalui Wisata Religi Di Makam Keramat Kwitang Jakarta,” *Jurnal Studi Al-Qur’an* 14, no. 1 (2018): 50.

¹² Rahmalia Lisa Putri, “Analisis Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Terhadap Peningkatan PAD Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan)” (IAIN Raden Intan Lampung, 2017).

¹³ Moch. Chotib, “Wisata Religi Di Kabupaten Jember,” *Fenomena* 14, no. 2 (2015): 412.

¹⁴ Republik Indonesia Kementerian Agama, “Al-Qur’an Dan Terjemah Online,” 2020.

Wisata religi memiliki makna yang terkandung sebagai objek wisata yang dipercaya memiliki makna khusus bagi umat beragama, biasanya berupa tempat ibadah, situs kuno (sudut pandang sisi sejarah) atau makam ulama terdahulu yang memiliki kelebihan (adanya mitos, cerita rakyat serta kandungan sejarah menarik) di tempat tersebut seperti tempat-tempat peninggalan sejarah Islam ataupun makam-makam para ulama, kyai ataupun tokoh-tokoh masyarakat. Wisata religi dapat diartikan sebagai kegiatan melakukan perjalanan yang bertujuan untuk memperoleh kenikmatan, kepuasan dan juga pengetahuan. Wisata religi ini banyak dilakukan oleh individu, keluarga ataupun rombongan dengan destinasi tempat-tempat suci, seperti; makam-makam orang besar atau pemimpin yang di agungkan, ke bukit atau ke gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.¹⁵ Tujuan dari wisata religi mempunyai makna yang dapat dijadikan pedoman dalam menyampaikan syiar Islam di seluruh dunia, dijadikan sebagai pelajaran, untuk mengingat ke-Esaan Allah SWT, mengajak dan menuntun manusia agar tidak tersesat kepada perbuatan syirik atau mengarah kepada kekufuran.¹⁶

Dalam perspektif ke-Islaman agama adalah *al-diin* yang berasal dari kata *daana - yadiinu* yang berarti tunduk, patuh dan taat. Maka agama merupakan sistem ketundukan, kepatuhan dan ketaatan atau secara umum berarti sistem disiplin. Menurut Mohammad Asad, bahwa ketundukan manusia ini berangkat dari kesadaran akan kehadiran Tuhan (*omnipresent*), yang berimplikasi pada keyakinan bahwa kehidupan kita yang teramati (*observable*). Sehingga kita akan memiliki keyakinan tinggi sehingga mampu mengedepankan tujuan dan makna hidup.¹⁷

Potensi wisata religi di Indonesia sangatlah besar. Hal ini dikarenakan sejak dulu Indonesia dikenal sebagai negara religius dan memiliki populasi mayoritas Muslim terbanyak di dunia. Banyak bangunan atau tempat bersejarah yang memiliki arti khusus bagi umat beragama, merupakan sebuah potensi tersendiri bagi berkembangnya wisata religi. Wisata religi yang dimaksudkan disini lebih mengarah kepada wisata ziarah yang bertujuan datang untuk bertemu atau yang disebut dengan ziarah. Dalam ajaran Islam, ziarah kubur terdapat banyak perbedaan pendapat di masyarakat. Hukum ziarah kubur dianggap sebagai perbuatan *sunnah* yaitu apabila dilakukan mendapatkan pahala dan apabila ditinggalkan tidak berdosa. Adapun hadits yang memperbolehkan untuk ziarah kubur yaitu hadits dari Buraidah *radhiyallahu 'anhu* Rasulullah SAW bersabda:

فَدَكُنْتُ نَهَيْتُكُمْ عَنْ زِيَارَةِ الْقُبُورِ فَقَدْ أُذِنَ لِمُحَمَّدٍ فِي زِيَارَةِ قَبْرِ أُمِّهِ فَرُؤُوهَا فَإِنَّهَا تُدَكِّرُ الْآخِرَةَ.

"*Sungguh aku telah melarang kalian ziarah kubur, dan (sekarang) telah diizinkan kepada Muhammad untuk berziarah ke kubur ibunya, maka ziarah kuburlah kalian, karena ziarah kubur itu dapat mengingatkan kepada akhirat.*"¹⁸

Makam-makam yang biasa di ziarahi adalah makam orang-orang yang semasa hidupnya membawa misi kebenaran dan kesejahteraan untuk masyarakat dan atau

¹⁵ Pendit N.S., *Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana* (Jakarta: Pradnya Paramita, 2002).

¹⁶ Ruslan and Arifin Suryo Nugroho, *Ziarah Wali: Wisata Spiritual Sepanjang Masa* (Yogyakarta: Pustaka Timur, 2007).

¹⁷ Ahmad Anas, *Paradigma Daerah Kontemporer Aplikasi Teoritis Dan Praktis Sebagai Solusi Problematika Kekinian* (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putera, 2006).

¹⁸ Muhammad Nasiruddin al-Bani, *Seleksi Hadist Shahih*, n.d.

kemanusiaan. Makam-makam itu diantaranya seperti; makam para-Nabi/ Rasul yang menyampaikan pesan-pesan Tuhan dan berjuang untuk mengeluarkan manusia dari kegelapan menuju terang benderang. Makam para *waliyullah* dan ‘ulama (ilmuan) yang memperkenalkan ajaran Islam khususnya mereka yang dalam kehidupan kesehariannya telah memberikan teladan yang baik bagi masyarakat. Kemudian makam para pahlawan (*syuhada*) yang telah mengorbankan jiwa dan raganya dalam memperjuangkan kemerdekaan, keadilan dan kebebasan. Keberadaan makam atau kuburan para nabi, ulama dan para pahlawan di berbagai tempat khususnya di Indonesia inilah yang mendorong lahirnya tradisi berkunjung ke makam-makam (ziarah kubur).

Dalam perkembangannya, suatu objek wisata perlu memiliki daya tarik yang diharapkan dapat menarik para wisatawan untuk berkunjung. Oleh karena itu perlu diperhatikan syarat-syarat pengembangannya; pertama: *what to see*, dalam hal ini menjadi pertimbangan bahwa wisatawan yang berkunjung itu akan memperoleh apa yang diinginkannya, sehingga tujuan untuk berlibur dapat terpenuhi dengan mengunjungi objek yang dituju, objek yang dijadikan wisata harus memiliki perbedaan dengan objek lainnya, karena ini merupakan kunci utama sebagai daya tarik minat wisatawan, apakah dari pemandangan alam, kesenian dan atraksi, adat istiadat masyarakat sekitaran objek wisata dan sebagainya yang bisa dikembangkan sebagai potensi pariwisata. Berikutnya adalah; *what to do*. Fasilitas yang nyaman akan membantu banyaknya minat wisatawan yang berkunjung, wisatawan akan lebih cenderung memilih objek wisata yang memiliki fasilitas lengkap sesuai dengan yang diinginkannya. Selain itu, perlu diperhatikan juga “*what to buy*”, biasanya para wisatawan akan mencari makanan, minuman, oleh-oleh atau souvenir khas dari objek wisata yang telah dikunjunginya, ini peluang yang sangat bagus bagi masyarakat sekitar objek wisata untuk membuka rumah makan, toko atau gerai-gerai oleh-oleh sehingga bisa menjadi sumber pendapatan dan menumbuhkan perekonomian. “*What to arrive*”, syarat berikutnya adalah aksesibilitas yang mudah, ini merupakan salah satu faktor yang dapat menarik wisatawan, bahkan aksesibilitas ini sangat penting karena seorang wisatawan selain melihat objek wisatanya, ia juga akan melihat bagaimana mudah atau susah menuju objek wisata tersebut. “*What to stay*”, wisatawan yang berkunjung dari luar kota atau bahkan luar negeri sangat membutuhkan fasilitas *home stay* atau hotel yang mendukungnya selama berlibur. Penginapan-penginapan ini akan menjadi daya tarik wisatawan untuk datang ke objek wisata baik yang berasal dari luar kota maupun wisatawan mancanegara.¹⁹

Pengertian Pedagang Kaki Lima (*Street Vendors*)

Pedagang Kaki Lima (PKL) dikenal dengan istilah *street vendors* menjadi hal yang sering di jumpai baik dalam lingkungan sekitar maupun secara global, PKL menjadi kategori sebagai jenis pekerjaan yang penting dan khususnya dipandang sebagai usaha kecil-kecilan yang kurang tertata. PKL memiliki ciri khasnya dengan menjajakan barang dagangannya di pinggiran jalan atau di muka-muka toko-toko yang di anggap strategis.²⁰ *Street vendors* dapat dikategorikan sebagai pedagang sektor informal yang memiliki karakteristik sebagai berikut: pedagang yang memiliki dua peran, kadang-kadang menjadi pedagang dan sekaligus menjadi produsen. Tempat berjualan yang kadang menetap di lokasi tertentu dan yang berpindah sari tempat satu ke tempat yang lainnya dengan menggunakan peralatan dagang yang seadanya seperti: grobak dorong, pikulan dan lain-lain. Barang yang di jual merupakan

¹⁹ Maryani, *Pengantar Geografi Pariwisata* (Bandung: Jurusan Pendidikan Geografi, 1991).

²⁰ Mochamad Fadoli, “Implementasi Perda No.77/2003 Tentang Izin Penataan Dan Pemberdayaan Street Vendor Di Kecamatan Sukolilo” (Universitas Pembangunan Nasional, Surabaya, 2011).

keceran yang di jajakan di tempat umum baik wisata maupun tempat rekreasi padat pengunjung. Modal kecil, *street vendors* (PKL) memiliki modal relative kecil dibawah rata-rata, kadang mereka hanya sebagai dropshiper yang memiliki penghasilan dari beberapa persen produk atau dagangan yang di jualnya. Kualitas barang, dari segi kualitas dagangan *street vendors* (PKL) biasa menjajakan dagangan dengan kualitas yang rendah dan kurang higienis. Dari segi perputaran modal, keuntungan yang di hasilkan tidak sebanyak pemilik modal kelas atas. Memiliki sifat family enterprise, yang di mana dalam berdagang, melibatkan keluarga baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Tawar-menawar antara penjual dan pembeli menjadi relasi yang secara tidak langsung menjadi khas dalam perwaligangan kaki lima. Waktu jam kerja lebih fleksibel, ada yang secara penuh dan musiman. Dari segi regulasi, *street vendors* (PKL) sering kali di iringi rasa tidak tenang dan takut, karena sering kali berada dalam keadaan psikologi yang di buat takut oleh regulasi pemerintah.²¹

Teori Pendapatan

Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hasil dari penjualan barang dagangan yang diterima seseorang. Kegiatan penjualan (*selling*) terjadi karena adanya transaksi jual-beli barang antara penjual (*seller*) dan pembeli (*buyer*) baik secara tunai, kredit, atau sebageian tunai dan sebagian kredit yang dilakukan secara langsung (*offline*) ataupun melalui media perantara (*online*). Selama uang (media pembayaran) sudah diserahkan oleh pihak pembeli kepada pihak penjual, hasil penjualan tersebut sudah termasuk sebagai pendapatan. Begitu pula dalam penawaran jasa, manakala *user* selesai memanfaatkan jasa seseorang maka *user* berkewajiban membayarkan ongkos jasanya.²²

Pendapatan merupakan sebagai uang yang dihasilkan dari kegiatan ekonomi (produksi dan distribusi). Sedangkan keuntungan (laba) merupakan selisih antara total pendapatan dan total pengeluaran.²³ Pendapatan dapat dibagi menjadi dua, yaitu; pendapatan kotor dan pendapatan bersih. Pendapatan kotor adalah seluruh pemasukan hasil dari penjualan sebelum dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan. Sedangkan pendapatan bersih (laba usaha) adalah pendapatan kotor yang dikurangi dengan semua beban usaha atau biaya operasi. Pendapatan bersih dikenal juga dengan istilah *operating profit* merupakan laba yang diperoleh suatu usaha dari aktivitas ekonomi.²⁴

Menurut²⁵, pendapatan pedagang kaki lima merupakan sejumlah penerimaan bersih yang berasal dari pendapatan kotor yang dikurangi dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan. Sementara itu, pendapatan bersih merupakan laba yang diperoleh dari selisih antara pendapatan yang diterima dari hasil penjualan (*selling*) barang dan jasa yang ditawarkan kemudian dikurangi dengan biaya-biaya yang telah dikeluarkan dalam mempersiapkan sumber daya yang digunakan untuk proses penciptaan barang atau penyediaan jasa tersebut. Diantara faktor-faktor yang dapat mempengaruhi besar kecilnya jumlah pendapatan yang diterima oleh para pedagang kaki lima diantaranya adalah; pendidikan, modal, jam kerja,

²¹ Kartono Kartini, *Pedagang Kaki Lima* (Bandung: Universitas Katolik Parahyangan, 1980).

²² Kuswadi, *Pencatatan Keuangan Usaha Dagang Untuk Orang-Orang Awam* (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2008).

²³ Maharani Vinci, *Manajemen Bisnis Eceran* (Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2009).

²⁴ Kuswadi, *Pencatatan Keuangan Usaha Dagang Untuk Orang-Orang Awam*.

²⁵ Ardiansyah, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Sektor Informal Di Kota Makassar (Kasus Pedagang Kaki Lima)," *Jurnal Dinamika Teknik* 4, no. 4 (2010).

jumlah tenaga kerja, lokasi berdagang, dan jenis barang dagangan yaitu makanan, non makanan dan ataupun jasa.²⁶

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif dan merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) dengan mendatangi langsung dan terjun ke lapangan, menggali data yang bersumber dari lokasi secara sistematis. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yaitu suatu cara yang bertujuan untuk menguraikan karakteristik suatu kejadian pada waktu tertentu dan sekarang. Pendekatan kuantitatif deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan agar penulis dapat mengetahui dan memberikan gambaran yang detail mengenai objek penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang berasal dari hasil observasi, kuisisioner dan wawancara kepada 79 responden²⁷. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memberi gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala atau fenomena. Adapun hasil dari penelitian ini biasanya ialah tipologi atau pola-pola mengenai fenomena yang sedang dibahas.²⁸ Untuk analisis data, teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis data regresi sederhana dengan bantuan SPSS versi 25.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masjid Agung Banten Lama dibangun pada masa raja pertama kerajaan Kesultanan Maulana Hasanudin Banten sekitar tahun 1552²⁹. Kini menjadi terkenal pasca revitalisasi dengan menara mewah dan payung otomatis, wisata religi Masjid Agung Banten Lama memiliki daya tarik tersendiri yang memukau yaitu terdapat nilai-nilai keislaman yang berdampak besar bagi sejarah di Banten khususnya, sehingga kawasan wisata religi ini memiliki banyak historis yang sangat kental dengan religiusitas, selain di penuh dengan makam-makam para *syuhada* serta para prajurit yang ikut berpartisipasi dalam melawan para penjajah. Selain itu, wisata religi Masjid Agung Banten Lama juga memiliki tempat mengabadikan *moment* yang *instagramable* dan *Aesthetic*. Lokasinya pun mudah dijangkau, sekitar 10 kilometer ke arah Utara dari pusat kota Serang. Untuk menuju kawasan religi ini dapat di tempuh dengan menggunakan kendaraan pribadi juga dapat menggunakan kendaraan umum, angkutan kota, ataupun menggunakan jasa layanan transportasi online. Dalam sejarahnya kawasan religi Masjid Agung Banten Lama sangat berpengaruh terhadap perkembangan agama Islam di Banten khususnya. Masjid Agung Banten Lama memiliki luas sekitar 1,3 hektar serta memiliki dinding pagar dengan ketinggian 1 meter yang dihiasi oleh arsitektur bergaya Eropa, Tiongkok dan Hindu yang melingkari kawasan wisata religi Masjid Agung Banten Lama. Keunikan yang dimiliki masjid Agung Banten Lama terpusat pada mercusuar yang terletak di sebelah timur Masjid Agung Banten Lama dengan arsitek Tiongkok; pada atapnya terdapat gundukan yang bertumpuk lima serta dua buah serambi yang mejadi pelengkap di sisi utara dan selatan sebagai keunikan design masjid, design ini karya arsitek Tjek Ban Tjut. Masjid Agung Banten juga memiliki paviliun tambahan yang terletak di sisi selatan bangunan inti Masjid ini. Paviliun dua lantai ini dinamakan *Tiyamah*.

²⁶ Richard G Lipsey, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Jakarta: Rineka Cipta, 1990).

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015).

²⁸ Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013).

²⁹ Budi Sulistiyo and Gita Vemilya Many, "Revitalisasi Kawasan Banten Lama Sebagai Wisata Ziarah," *Jurnal Planesa* 3, no. 1 (2012).

Berbentuk persegi panjang dengan gaya arsitektur Belanda yang kuno, bangunan ini dirancang oleh seorang arsitek Belanda bernama Hendick Lucasz Cardeel.³⁰

Selain sebagai tempat beribadah, Kawasan Masjid Agung Banten Lama ini memiliki area wisata-wisata lainnya yang bisa dijadikan sebagai media pembelajar dan pengetahuan sejarah seperti; Benteng Surosoan dan Keraton Kaibon yang kini hanya menyisakan reruntuhannya saja akibat penghancuran yang dilakukan oleh para kolonial Inggris, dan yang sekarang masih utuh hingga sekarang adalah masjid Agung Banten dan Menara Banten yang menjadi maskot provinsi Banten.³¹

Ibarat peribahasa “ada gula ada semut”, kawasan Masjid Agung Banten Lama menjadi magnet bagi para *street vendors* (PKL) manakala melihat peluang dan pangsa pasar dari para pengunjung yang berdatangan baik dari wisatawan lokal Banten, nasional maupun mancanegara. Mereka menjajakan dagangannya untuk mencari tambahan pendapatan, alih-alih kini menjadi penghasilan utama. Eksistensi *street vendors* (PKL) sudah mulai memenuhi koridor-koridor jalanan khususnya di kawasan religi Masjid Agung Banten Lama, dengan adanya para *street vendors* (PKL) juga mempengaruhi tingkat kedatangan wisatawan sehingga membuat kawasan wisata menjadi hidup dan ramai, keberadaan *street vendors* (PKL) ditengah-tengah kehidupan masyarakat bukan semata-mata sebagai aktivitas ekonomi, melainkan juga merupakan suatu fenomena sosial. Hal ini dikarenakan *street vendors* (PKL) terlahir dari proses sosial sehingga fenomena kehadirannya juga dapat dijelaskan secara teoritis dengan menggunakan teori interaksi sosial adanya hubungan timbal balik (*sympiosis*) antar individu ataupun kelompok.³²

Salah seorang pedagang makanan yang menjadi responden kami mengungkapkan, ia telah berdagang di kawasan Masjid Agung Banten Lama lebih dari 5 tahun. Menurut pengakuannya banyak warga yang beralih profesi menjadi pedagang kaki lima disebabkan banyaknya wisatawan yang berkunjung baik dari sekitar Serang sampai mancanegara. Namun, kini para *street vendors* (PKL) bukan hanya dari warga sekitar saja, melainkan dari luar kota pun berdatangan, mulai dari kanak-kanak, ibu-ibu, bapak-bapak, sampai yang sudah lanjut umur juga ikut berjualan, sekedar buat berjualan serta menjajakan benda dagangannya ada juga yang jual jasa, semacam jasa foto dan pemandu wisata.³³

Hasil dari penyebaran kuesioner kepada 79 responden didapatkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan sebanyak 49 orang atau 63% sementara untuk laki-laki berjumlah 30 orang atau sebanyak 37%.

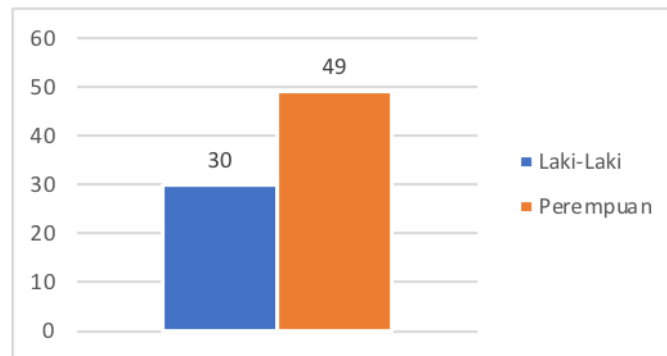
Grafik 2. Jenis Kelamin Responden

³⁰ Sarjiyanto, “Masjid Agung Kesultanan Banten,” Pusat Penelitian Arkeologi Nasional, 2020.

³¹ Sarjiyanto.

³² Bimo Walgito, *Psikologi Kelompok* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007).

³³ Annisa Nurfaadhila, “Banten Lama” (Banten, 2021).



Sumber: Data primer yang diolah peneliti

Sementara untuk karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir mayoritas mengenyam pendidikan hanya sampai Sekolah Dasar yaitu sebanyak 30 orang (38%) dan paling sedikit dari tingkatan perguruan tinggi sebanyak 6 orang (8%) seperti yang tertuang pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Pendidikan Terakhir Responden

No.	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	Tidak sekolah	8	10%
2.	Sekolah Dasar	30	38%
3.	SMP/ sederajat	16	20%
4.	SMA/ sederajat	19	24%
5.	Perguruan Tinggi	6	8%
TOTAL		79	100%

Sumber: Data primer yang diolah peneliti

Untuk usia, para *street vendors* (PKL) di area wisata religi Masjid Agung Banten Lama sebagian besar didominasi oleh usia 41 – 55 tahun sebanyak 30 pedagang, dan usia 20 – 25 tahun sebanyak 4 pedagang, dan 26- 30 tahun itu sebanyak 15 pedagang saja,berikut juga dengan usia 36 – 40 tahun hanya 10 pedagang saja, kemudian 41 – 55 tahun sebanyak 30 pedagang saja. Dalam arti sebagian besar *street vendors* (PKL) yang menjual makanan dan souvenir hampir memiliki rentang usia yang produktif, berikut adalah rincian dari usia para responden:

Tabel 2. Usia Responden

No.	Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase
1.	20 – 25	4	5%
2.	26 – 30	15	19%
3.	31 – 35	20	23%
4.	36 – 40	10	13%
5.	41 – 55	30	38%
TOTAL		79	100%

Sumber: Data primer yang diolah peneliti

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, pariwisata merupakan suatu objek rangkaian suatu kegiatan yang tidak akan lepas dari kegiatan sosial dan ekonomi sehingga banyak melibatkan berbagai pihak, sehingga dengan seiring berjalannya perkembangan industri, pariwisata akan menjadi ikon yang dapat menyentuh dan berpengaruh terhadap pendapatan dan perkembangan di suatu wilayah. Ekonomi, sosial dan budaya menjadi sektor yang gemuk dengan perkembangan industri pariwisata. Beberapa dampak pariwisata terhadap masyarakat yaitu setiap kegiatan wisata menghasilkan pendapatan, khusus masyarakat setempat. Pendapatan ini didapat dari transaksi wisatawan dan tuan rumah dalam bentuk pembelian produk atau penggunaan jasa. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu “kunjungan wisata” dan variabel dependen yaitu “pendapatan pedagang”. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa terdapat pengaruh secara langsung variabel “kunjungan wisata” terhadap variabel “pendapatan” *street vendors* (PKL) di kawasan Masjid Agung Banten Lama. Adanya kunjungan wisata di suatu tempat menyebabkan adanya suatu interaksi sosial antara masyarakat disekitarnya dengan wisatawan yang dapat mengakibatkan perubahan pola atau tata cara hidup masyarakat. Selain menimbulkan masalah aspek sosial juga berpengaruh pada aspek ekonomi yaitu terbentuknya peluang atau kesempatan kerja yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. ³⁴.

Tabel 3. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.13437021
Most Extreme Differences	Absolute	.130
	Positive	.130
	Negative	-.062
Kolmogorov-Smirnov Z		1.158
Asymp. Sig. (2-tailed)		.137

a. Test distribution is Normal

Berdasarkan hasil Kolmogorov-Smirnov Test untuk menguji normalitas, nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 1,158 dan nilai signifikansi residual sebesar 0,137 bahwa variabel penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 (sig > 0.05), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian ini berdistribusi normal.

³⁴ Shelly Ardianti, “Pengaruh Kunjungan Wisata Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Desa Medawi, Kecamatan Pekutatan Kabupaten Jembrana Tahun 2012-2015,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 9, no. 1 (2017).

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.415	4.294		4.988	.000
	Kunjungan Wisata	.633	.169	.393	3.749	.000

a. Dependent Variable:
Pendapatan

Dari table coefficients diatas diketahui bahwa koefisien untuk variable independen (X) adalah 0,633 dan konstanta sebesar 21,415 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = a + b X + e$$

Dimana:

- Y : Pendapatan
- a : Konstanta
- b : Koefisien Determinasi
- X : Kunjungan Wisata
- e : error

$$Y = 21,415 + 0,633 X + e$$

Nilai konstanta positif sebesar 21,415 menunjukkan pengaruh positif variabel *independent* (Kunjungan Wisata). Apabila variabel *independent* naik atau berpengaruh dalam satu satuan, artinya variabel *dependent* (Pendapatan) akan naik juga. Adapun nilai koefisien regresi variabel Kunjungan Wisata (X) adalah sebesar 0,633 terhadap variabel Pendapatan (Y) artinya jika kinerja Kunjungan Wisata (X) mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel Pendapatan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,633 atau 63,3%. Koefisien bernilai positif bermakna antara kinerja variabel Kunjungan Wisata (X) dan Pendapatan (Y) hubungan positif. Kenaikan kinerja Kunjungan Wisata (X) akan mengakibatkan kenaikan kepada Pendapatan (Y).

Sementara itu, uji parsial pada model regresi linier sederhana variabel kunjungan wisata dari tabel di atas diperoleh nilai T hitung sebesar 3,749 dengan tingkat signifikansi 5% dan $df = 79 - 1 = 78$, maka nilai t tabel sebesar 1.664. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($3,749 > 1.664$) maka H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh secara signifikan antara wisata religi terhadap pendapatan *street vendors* (PKL). Ini menunjukkan bahwa kunjungan wisata berpengaruh positif terhadap pendapatan para pedagang.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1				

1	.393 ^a	.154	.143	3.506
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Kunjungan

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai R square (R^2) yaitu sebesar 0,154. Dengan rumus:

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= (0.393)^2 \times 100\% \\ &= 0.154 \times 100\% \\ &= 15,4\% \end{aligned}$$

Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh positif dari kunjungan wisata religi Masjid Agung Banten Lama sebesar 15,4% sementara sisanya 84,6% merupakan faktor lain di luar penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa intensitas kunjungan wisata religi ke Masjid Agung Banten Lama berpengaruh positif signifikan terhadap pendapatan *street vendors* (PKL), hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai sig. $0.000 < 0.05$ dan nilai koefisien regresi bernilai positif sebesar 0.633. Besarnya pengaruh kunjungan wisata religi terhadap pendapatan *street vendors* (PKL) sebesar 15,4%, sedangkan 84,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hal ini diperoleh berdasarkan hasil dari pengolahan data primer menggunakan SPSS versi 25.0, dan dapat diperoleh juga nilai koefisien determinasi R square (R^2) yaitu sebesar 0.154 atau 15,4%.

Melihat hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka dapat disarankan bagi pemerintah agar lebih memperhatikan infrastruktur jalan, penertiban para *street vendors* (PKL) agar para wisatawan atau para peziarah dapat berkunjung dengan nyaman. Bagi pengelola objek wisata agar lebih memperhatikan kebersihan, ketertiban dan keamanan seperti penertiban tempat parkir dan penyediaan guide yang profesional. Sementara itu, untuk para peneliti selanjutnya dapat disarankan untuk mengkaji variabel lainnya yang berkaitan dengan tema serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, Ahmad. *Paradigma Daerah Kontemporer Aplikasi Teoritis Dan Praktis Sebagai Solusi Problematika Kekinian*. Semarang: PT. Pustaka Rizki Putera, 2006.
- Ardiansyah. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Sektor Informal Di Kota Makassar (Kasus Pedagang Kaki Lima)." *Jurnal Dinamika Teknik* 4, no. 4 (2010).
- Ardianti, Shelly. "Pengaruh Kunjungan Wisata Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Desa Medawi, Kecamatan Pekutatan Kabupaten Jembrana Tahun 2012-2015." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 9, no. 1 (2017).
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. "KBBI Online," 2016.
- Chotib, Moch. "Wisata Religi Di Kabupaten Jember." *Fenomena* 14, no. 2 (2015): 412.
- Fadoli, Mochamad. "Implementasi Perda No.77/2003 Tentang Izin Penataan Dan Pemberdayaan Street Vendor Di Kecamatan Sukolilo." Universitas Pembangunan Nasional, Surabaya, 2011.
- Indah Sari, Nur, Firdaus Wajdi, and Sari Narulita. "Peningkatan Spiritualitas Melalui Wisata Religi Di Makam Keramat Kwitang Jakarta." *Jurnal Studi Al-Qur'an* 14, no. 1 (2018):

50.

- Kartini, Kartono. *Pedagang Kaki Lima*. Bandung: Universitas Katolik Parahyangan, 1980.
- Kementerian Agama, Republik Indonesia. "Al-Qur'an Dan Terjemah Online," 2020.
- Kuswadi. *Pencatatan Keuangan Usaha Dagang Untuk Orang-Orang Awam*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2008.
- Lipsey, Richard G. *Pengantar Ilmu Ekonomi*. Jakarta: Rineka Cipta, 1990.
- Lisa Putri, Rahmalia. "Analisis Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata Terhadap Peningkatan PAD Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan)." IAIN Raden Intan Lampung, 2017.
- Maryani. *Pengantar Geografi Pariwisata*. Bandung: Jurusan Pendidikan Geografi, 1991.
- N.S., Pendit. *Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita, 2002.
- Nasiruddin al-Bani, Muhammad. *Seleksi Hadist Shahih*, n.d.
- Nurfadhila, Annisa. "Banten Lama." Banten, 2021.
- Oka A, Yoeti. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa, 1983.
- Prasetyo, Bambang. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Prov. Banten, Dinas Pariwisata. "Ini Destinasi Wisata Sejarah Di Banten," 2020.
- Ratna Pratiwi, Soraya, Susanne Dida, and Nuryah Asri Sjafirah. "Strategi Komunikasi Dalam Membangun Awareness Wisata Halal Di Kota Bandung." *Jurnal Kajian Komunikasi* 6, no. 1 (2018): 78–90.
- Ruslan, and Arifin Suryo Nugroho. *Ziarah Wali: Wisata Spiritual Sepanjang Masa*. Yogyakarta: Pustaka Timur, 2007.
- Sarjiyanto. "Masjid Agung Kesultanan Banten." Pusat Penelitian Arkeologi Nasional, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sukoso, Adam Wiryawan, Joni Kusnadi, and Sucipto. *Ekosistem Industri Halal*. Edited by Asep A Prihanto, Muhamad Irfan Sukarna, and Hartono Harimurti. 1st ed. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2020.
- Sulistiyo, Budi, and Gita Vemilya Many. "Revitalisasi Kawasan Banten Lama Sebagai Wisata Ziarah." *Jurnal Planesa* 3, no. 1 (2012).
- Tajudin Noor, Effendi. *Perkembangan Penduduk Sektor Informal, Dan Kemiskinan Di Kota*. Yogyakarta: Aditya Media, 1996.
- Vinci, Maharani. *Manajemen Bisnis Eceran*. Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2009.
- Walgito, Bimo. *Psikologi Kelompok*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Warsan Munawwir, Ahmad. *Kamus Al-Munawwir Arab-Indonesia Terlengkap*. Surabaya: Penerbit Pustaka Progressif, 1984.