

IDENTIFIKASI DAYA TARIK WISATA NON-PROFIT (STUDI KASUS PADA PRAYER GARDEN DEPOK JAWA BARAT)

Fransiska Fitriani¹, Dwi Agus Kristianto^{2*}

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo, Yogyakarta, Indonesia^{1,2}

Email: aguskis4867@gmail.com^{2*}

ABSTRACT

Prayer garden depok, it's a new tourist attraction set up in the west Java area. Standing since 2015, Prayer Garden depok presents a religious pilgrimage/tour. In a unique construction, like the one found in the bible, of Solomon's temple, and furnished with the presence of prayer Caves, prayer Rooms, prayer Gardens, and prayer Chambers. The entire facility in Prayer Garden Depok can be enjoyed by any visitor for free, no charge. This is interesting, since normally a tourist attraction manager would collect fees on any visitor, starting with parking costs, admission fees, dining facilities, lodges, and so on. Thus, an identification must be necessary to know for the management of non-profit tourist attraction, such as Prayer Garden Depok, so that it can be a reference to other tourist attraction regulators. As for this study writers use qualitative descriptive methods. The conclusion that even though non-profit was derived, the manager of Paver Garden Depok kept adequate facilities for visitors and did not reduce service levels. Visitors can experience a certain amount of satisfaction from visiting Prayer Garden Depok. It can be seen from the enthusiasm of the visitor who wants to return to Prayer Garden Depok.

Keywords: *Prayer Garden Depok; Prayer; Non-profit; Attraction; West Java*

PENDAHULUAN

Keanekaragaman tujuan wisata di Indonesia tidak hanya tertuju kepada keindahan alam, keragaman budaya, sejarah, atau kuliner saja, tetapi juga keragaman kepercayaan yang melahirkan wisata ziarah / wisata religi. Bukan sesuatu yang asing bila tempat ibadah juga menjadi tujuan wisata di Indonesia. Di tempat-tempat ini, wisatawan dapat merasakan suasana keagamaan, melihat para penyembah, dan menghadiri perayaan keagamaan. Selain itu, wisatawan juga dapat merasakan agama yang harmonis di Indonesia.

Ziarah berasal dari Bahasa Arab

yang berarti kegiatan yang berhubungan dengan mengunjungi sesuatu yang dihormati, sebagaimana tertulis dalam *Indonesian Heritage* yang menyebutkan bahwa “*The term Ziarah (fro the Arabic “visit”), is used to refer to such activities (Indonesian Heritage, 1996:34).* Sedangkan penulis lain menyatakan bahwa *Ziarah is an act of piety believed to piety believed to provide God’s blessings in this world and on the day of judgement (Jamhari, 1996).*

Pendit (2002) menyatakan bahwa Wisata Ziarah sebagai jenis wisata yang sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat-istiadat dan kepercayaan

umat atau kelompok dalam masyarakat; Wisata Pilgrim banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan. Berkembangnya tren pariwisata yang berorientasi pada pengkayaan mental spiritual tersebut sejalan dengan paradigma baru dalam pengembangan kepariwisataan yang berorientasi pada sentuhan yang bersifat Hi-Touch dan bukan bersifat Hi-Tech semata.

Prayer Garden Depok, berada di pusat kota Depok, Jawa Barat, tepatnya terletak di Jl. Jambu no. 35 Depok, Jawa Barat; jaraknya 20 (duapuluh) kilometer dari pusat ibukota Indonesia, yaitu kota Jakarta. Berdiri sejak akhir tahun 2015, Prayer Garden merupakan Daya Tarik Wisata Ziarah/ wisata religi di Indonesia.

Sebagai Daya Tarik Wisata Religi, Prayer Garden Depok terdiri dari 3 (tiga) bagian utama, yaitu:

1. Gedung utama, terdiri dari Menara Doa Salomo, Kapel, dan kamar-kamar doa dengan kapasitas maksimal 1 (satu) orang didalamnya;
2. Gua-gua doa dengan kapasitas maksimal 1 (satu) orang didalamnya, yang terletak di area taman;
3. Kawasan taman doa, terdiri dari saung-saung bambu yang bisa memuat kapasitas 2 (dua) sampai dengan 10 (sepuluh) orang di dalamnya.

Perlu untuk diketahui, Prayer Garden, Depok, merupakan daya tarik wisata non profit. Segala fasilitas yang tersedia bisa digunakan pengunjung

secara gratis. Mulai dari area parkir kendaraan, kamar penginapan, maupun fasilitas minum dan makan 3x/ hari (tiga kali sehari). Hanya saja untuk fasilitas menginap, tiap orang dibatasi maksimal 3 (tiga) hari, dengan melakukan reservasi sebelumnya. Dalam pengelolaannya, Prayer Garden Depok dikelola oleh sebuah Yayasan, yakni Yayasan Nafiri Agung.

Mengingat Prayer Garden Depok merupakan daya tarik wisata non profit, hal ini mengusik Penulis untuk mengidentifikasi Prayer Garden Depok yang bisa terus berjalan (*survive*) sampai dengan saat ini, terkait dengan biaya perawatan dan pemeliharaan gedung dan biaya energi seperti listrik dan air (*Property Operation Maintenance Energy Cost*) yang harus dikeluarkan secara rutin.

Dengan latar belakang hal tersebut diatas, menjadi alasan Penulis mengangkat judul Artikel Ilmiah “Identifikasi Daya Tarik Wisata Non Profit. Studi Kasus: Prayer Garden Depok, Jawa Barat”.

TINJAUAN PUSTAKA

Kegiatan wisata memberikan kontribusi personal spending terbanyak. Saat berwisata, wisatawan pasti akan melakukan kegiatan berbelanja. Jika berbelanja, turn over perekonomian akan mengalami pertumbuhan. Masyarakat yang didatangi akan memperoleh pendapatan dari transaksi penjualan barang dan jasa kepada wisatawan, sedangkan Pemerintah akan mendapatkan retribusi dan pajak dari usaha yang bergerak di bidang usaha

pariwisata (Zebua, 2016).

Dilihat dari segi daya tarik atau atraksi wisatanya, wisata religi tergolong kepada buatan manusia (*man made*), dimana dalam hal ini manusia membuat tempat wisata, seperti yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Tapanuli Utara dalam membangun monumen (Hutagalung, 2019). Selain untuk mengenang misionaris Kristen yang bernama Nommensen, monumen juga bertujuan untuk mengenang peristiwa penyebaran agama Kristen di tanah Batak, sekaligus juga sebagai tempat pariwisata.

Penerapan konsep estetika Bait Suci pada strategi perancangan wisma retreat Kristiani sebagai destinasi wisata religi, berbanding lurus dengan kebutuhan akan fasilitas retreat. Hal ini diterapkan pada program penzoningan dan tata letak masa, konfigurasi bentuk bangunan, serta pengolahan suasana ruang interior dan eksterior, seperti pada pembangunan wisma retreat dan Bait Suci di Karanganyar (Darmawan et al, 2019).

Seiring perkembangannya, pariwisata telah menjadi industri terbesar yang memperlihatkan pertumbuhan yang konsisten dari tahun ke tahun. Pariwisata modern saat ini juga dipercepat oleh proses globalisasi dunia sehingga menyebabkan terjadinya interkoneksi antar bidang, antar bangsa, dan antar individu yang ada. Perkembangan teknologi informasi juga mempercepat dinamika globalisasi dunia, termasuk juga didalamnya perkembangan dunia hiburan, rekreasi, dan pariwisata (Utama, 2015).

Pariwisata merupakan kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan

dengan wisatawan (Prihati, 2018). Dalam hal ini, wisatawan sebagai “subjek” atau pelaku dari kegiatan pariwisata itu sendiri. Adapun wisatawan juga merupakan “objek” dari pelayanan yang diberikan. Lebih tegas Aruljothi and Ramaswamy (2019) menyatakan bahwa “*Tourists judge tourism as a product and expect maximisation of utility with comfort, safety, and security system against potential risks and threats.*” Memperkenalkan suatu tempat baru yang diaku sebagai tempat tujuan wisata (destinasi pariwisata), walaupun dipasarkan dalam bentuk apapun, akan sulit dikenal oleh masyarakat bila tidak disertai dengan brand yang jelas. Sebuah brand yang jelas dapat dikreasikan dengan menemukan potensi unggulan dari destinasi wisata baru tersebut. Potensi unggulan tersebut bisa terbentuk secara alami (sudah ada sebelumnya) ataupun buatan. Suatu destinasi pariwisata akan mudah diingat oleh wisatawan bila memiliki sebuah “*branding*”. Menurut Judisseno (2019), *Tourism stakeholder* mempunyai andil dalam menciptakan brand (*brand creation*), sedangkan tourists adalah pengguna brand (*brand users*). Kedua pihak memberikan makna pada sebuah brand (*brand value*) melalui suatu proses *branding* (*the movement from existing tourism brand to brand equity*) yang dibentuk dan dipengaruhi oleh *people* (*company, consumers, and commentators*), media (konvensional maupun digital), persepsi, dan budaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, melalui analisis konten literatur teori yang terkait, melalui survei observasi pada obyek dan lokasi. Seperti yang dinyatakan oleh Rukin (2019) bahwa penelitian kualitatif adalah riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif disebut juga *interpretative research*, *naturalistic research*, atau *phenomenological research*. Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), serta lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari.

Dalam hal ini, penulis melakukan pengamatan obyek dan lokasi, kemudian diolah menggunakan pendekatan estetika Bait Suci, dan disimpulkan menjadi suatu pedoman perancangan. Hasil penelitian konsep estetika Bait Suci pada strategi perancangan Prayer Garden Depok sebagai destinasi Wisata Ziarah / wisata religi di kota Depok, diterapkan pada program penzoningan dan tata letak masa, konfigurasi bentuk bangunan, serta pengolahan suasana ruang interior dan eksterior.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Prayer Garden Depok terletak di tengah pusat kota Depok tepatnya di Jl. Jambu no. 35, kelurahan Depok, kecamatan Pancoranmas, Depok, Jawa Barat. Dengan menempuh jarak sejauh 38 km dari pusat kota Jakarta, dan 160 km

dari kota Bandung, yang merupakan ibukota Provinsi Jawa Barat.

Mengadopsi bentuk bangunan Bait Suci Salomo sebagaimana yang tertera di dalam Alkitab, Prayer Garden Depok mulai dibuka untuk umum sejak akhir tahun 2015, dengan tujuan yaitu untuk menjadi Rumah Doa antar bangsa dimana doa, pujian, dan penyembahan dinaikkan selama 24 jam terus-menerus.

Untuk mendukung tujuan tersebut, Prayer Garden Depok dilengkapi dengan 5 (lima) area utama yakni Menara Doa dengan kapasitas 250 orang, Goa-goa Doa sejumlah 81 goa (dengan kapasitas 1 orang/ goa), 5 Kapel Doa terdiri 4 Kapel besar (kapasitas 80 orang) dan Kapel kecil (kapasitas 10 orang), Saung Taman Doa dengan kapasitas 2 orang (27 saung) dan kapasitas 10 orang (1 saung), dan Kamar-kamar Doa sejumlah 41 kamar (dengan kapasitas 1 orang/ kamar). Adapun Kamar Doa juga berfungsi sebagai kamar penginapan, sehingga setiap Kamar Doa dilengkapi dengan tempat tidur ukuran single, tempat menjemur handuk, meja, dan sebuah kursi. Bagi Pengunjung yang hendak menginap, diwajibkan untuk melakukan reservasi terlebih dahulu melalui telepon ataupun website untuk mengecek ketersediaan kamar. Lama menginap mulai dari 1 (satu) sampai dengan 3 (tiga) hari. Mengingat tiap kamar hanya boleh ditempati 1 (satu) orang saja, maka bagi pasangan suami-istri ataupun keluarga tidak diperkenankan menginap di kamar yang sama.

Berdasarkan hasil wawancara Penulis dengan Pihak Pengelola, Prayer Garden Depok tidak ditujukan hanya bagi kalangan agama tertentu saja, namun juga

terbuka untuk penganut agama lain. Hanya saja, Pihak Pengelola mengingatkan agar motivasi kedatangan Pengunjung adalah untuk mendekatkan diri secara khusuk kepada Tuhan (spiritual healing) dengan cara berdoa, membaca Kitab Suci, merenungkan kebaikan Tuhan, bukan untuk bersenang-senang yang akhirnya akan menimbulkan kegaduhan.

Memasuki area Prayer Garden Depok, Pengunjung tidak dipungut biaya retribusi tiket masuk, termasuk ketika menikmati fasilitas-fasilitas yang ada seperti fasilitas menginap, makan, parkir, dan lain-lain. Semua fasilitas tersebut dapat dinikmati oleh Pengunjung secara gratis. Hal ini sesuai dengan prinsip Prayer Garden Depok yaitu merupakan organisasi non-profit yang melayani semua denominasi. Namun, apabila Pengunjung ingin memberikan persembahan secara sukarela, Pengelola telah menyediakan sebuah kotak khusus.

Di dalam pengelolaannya, Prayer Garden Depok dikelola oleh sebuah Yayasan. Dalam hal ini, Yayasan tersebut telah menunjuk seorang Pimpinan untuk mengatur dan mengelola Prayer Garden Depok. Di dalam pelaksanaannya, Pimpinan Prayer Garden Depok dibantu oleh Kepala-kepala Bidang. Adapun kepala-kepala Bidang tersebut meliputi Kepala Bidang Pelayanan yang membawahi petugas Menara doa, petugas Dapur, petugas konseling, office boy; Kepala Bidang Umum membawahi cleaning service, security, logistik; dan Kepala Bidang Manajemen yang membawahi keuangan, website, dan administrasi. Adapun setiap orang yang bekerja di Prayer Garden Depok dikenal

dengan sebutan “Pelayan”, dengan total Pelayan sejumlah 55 orang.

Dalam penelitian ini, penulis telah melakukan pengambilan sampel dengan teknik *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Adapun hasil analisis mengenai identifikasi daya tarik The Prayer Garden adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan Sumber Informasi
Sebagian besar Responden mendapatkan informasi perihal keberadaan Prayer Garden Depok, yaitu melalui Teman / Saudara (49%). Sedangkan 48% melalui institusi Gereja, dan 3% melalui media elektronik (internet, tv, dan radio).
2. Berdasarkan Fasilitas Penunjang
Sebagian besar Responden menyatakan bahwa Fasilitas Penunjang Prayer Garden Depok seperti area parkir, toilet, kamar mandi, tempat sampah, ruang duduk yaitu “sangat memadai” (65%). Sedangkan 32% memilih memadai, dan 3% memilih kurang memadai.
3. Berdasarkan Tambahan Fasilitas Penunjang
Sebanyak 37% Responden menginginkan adanya tambahan fasilitas penunjang yaitu Perpustakaan; 25% menginginkan tersedianya ruang penginapan bersama keluarga; 25% mengharapkan adanya penambahan tempat sampah, dan 13% menginginkan adanya pick-up service untuk menuju ke lokasi Prayer Garden Depok.
4. Berdasarkan pada Pelayanan

Sebagian besar Responden menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Pelayan Prayer Garden Depok mulai dari *security*, *watchman*, *gardener*, *office boy*, pelayan dapur, dan lain-lain, adalah memuaskan (59%). Sedangkan 36% memilih “sangat memuaskan, dan 5% memilih kurang memuaskan.

5. Berdasarkan pada Aksesibilitas
Sebanyak 44% Responden mengeluhkan perihal kesulitan mendapatkan angkutan umum ketika menuju Prayer Garden Depok; 30% mengeluhkan kurangnya penunjuk arah; 16% mengeluhkan lokasi yang sulit dijangkau; 8% mengeluhkan jalan yang tidak dapat dilalui oleh Bis; sedangkan 2% tidak mengalami kendala apapun dalam menuju Prayer Garden Depok.
6. Berdasarkan *Repeating Visitors*
Sebagian besar Responden menyatakan bahwa mereka akan berkunjung kembali ke Prayer Garden Depok (68%), sedangkan 26% memilih mungkin, dan 6% memilih tidak.

KESIMPULAN

Prayer Garden Depok merupakan Daya Tarik Wisata Ziarah / wisata religi yang sangat berpotensi dikembangkan di kota Depok. Mengingat belum ada daya tarik wisata sejenis yang berada di area Jawa Barat, khususnya Jabotabek (Jakarta, Bogor, Tangerang, Bekasi). Walaupun non-profit, Pengelola Prayer Garden Depok tetap memberikan fasilitas

yang memadai kepada Pengunjung dan Pengunjung pun merasakan kepuasan tersendiri setelah mengunjungi Prayer Garden Depok. Hal ini dapat terlihat dari antusiasme Pengunjung yang ingin kembali berkunjung ke Prayer Garden Depok. Fasilitas-fasilitas Prayer Garden Depok khususnya Kamar Doa dan Goa Doa diperuntukkan bagi perorangan. Hal ini sangat mendukung kegiatan wisata di era kenormalan baru, yaitu dimana salah satu pedomannya adalah menjaga jarak antara satu dengan yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Aruljothi, C. & Ramaswamy, S. (2019). *Pilgrimage Tourism: Socio-economics Analysis*. India: MJP Publisher.
- Darmawan, L.A., Suastika, M. & Yuliani, S., 2019. Penerapan Konsep Estetika Bait Suci Pada Strategi Perancangan Wisma Retret Kristiani Sebagai Destinasi Wisata Religi Di Karanganyar. *Senthong*, 2(1).
- Hutagalung, R.J., 2019. Nommensen Dan Pariwisata Rohani Salib Kasih Tarutung. *Jurnal Christian Humaniora*, 3(2), pp.140-147.
- Judisseno, K. R. (2019). *Branding Destinasi dan Promosi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Prihati (2018). *Implementasi Kebijakan Promosi Pariwisata Dalam Pengembangan Potensi Wisata Daerah*. Surabaya: Jakad Publishing.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Utama, R. B. G. I. (2015). *Pengantar Industri Pariwisata Tantangan & Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta: Deepublisher
- Zebua, M. (2016). *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah*. Yogyakarta: Deepublisher