

## Image Analysis Of Religion Tourism Destinations In Bengkulu City

### Analisis Citra Destinasi Wisata Religi "Religion Tourism" Di Kota Bengkulu

Imroatus Sakinah<sup>1\*</sup>, Andang Sunarto<sup>2</sup>, Aan Shar<sup>3</sup>

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas, Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu<sup>1,2,3</sup>

[imroatussakinah@mail.uinfasbengkulu.ac.id](mailto:imroatussakinah@mail.uinfasbengkulu.ac.id)<sup>1</sup>, [andangs@mail.uinfasbengkulu.ac.id](mailto:andangs@mail.uinfasbengkulu.ac.id)<sup>2</sup>,  
[aan.shar@mail.uinfasbengkulu.ac.id](mailto:aan.shar@mail.uinfasbengkulu.ac.id)<sup>3</sup>

\* Corresponding Author

---

#### ABSTRACT

The research aims to determine the cognitive destination image at the Jamik Mosque in Bengkulu City and to determine the affective destination image at the Jamik Mosque in Bengkulu City. And this research uses a qualitative descriptive approach using field research. The results of this research show that the religious tourism destination religion tourism at the Jamik Mosque in Bengkulu City has a good destination image in the eyes of tourists, including cognitive destination image and affective destination image.

**Keywords:** Cognitive Image, Affective Image, Religious Destinations Jamik Mosque Bengkulu City

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui citra destinasi kognitif (*cognitive destination image*) pada Masjid Jamik Kota Bengkulu dan untuk mengetahui citra destinasi afektif (*affective destination image*) pada Masjid Jamik Kota Bengkulu. Dan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian lapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa destinasi wisata religi religion tourism di Masjid Jamik Kota Bengkulu memiliki citra destinasi yang baik dimata wisatawan baik meliputi citra destinasi kognitif (*cognitive destination image*) dan citra destinasi afektif (*affective image*).

**Kata Kunci:** Citra Kognitif, Citra Afektif, Destinasi Wisata Religi Masjid Jamik Kota Bengkulu

#### 1. Pendahuluan

Wisata religi merupakan jenis wisata keagamaan atau wisata yang bermotif spiritual yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok sehingga sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Tuhan Yang Maha Esa dan memperoleh keberkahan dalam hidup (Sari et al., 2020). Wisata religi juga dapat diartikan sebagai perjalanan keagamaan yang ditujukan untuk memenuhi dahaga spiritual, agar jiwa yang kering kembali basah oleh hikmah-hikmah religi. Karena hikmah yang didapat dari mengunjungi wisata religi misalnya membuat wisatawan lebih dekat kepada Allah, ingat mati, takut akan siksa kubur, dan lain sebagainya (Chotib 2015). Wisata religi dilakukan dengan mengunjungi tempat beberapa tempat ibadah yang memiliki kelebihan seperti masjid tua, bersejarah, masjid unik, ataupun beberapa makam yang memiliki sejarah tertentu. Sehingga wisata religi dibagi menjadi dua yaitu wisata religi masjid dan wisata religi ziarah (Sari 2020). Mengembangkan kegiatan pariwisata yang berkelanjutan cenderung sangat bergantung pada kembalinya wisatawan. Citra destinasi dapat mempengaruhi wisatawan dalam proses memilih suatu destinasi dan niat berkunjung di masa mendatang (Herry & Shar 2022).

Citra destinasi (*destination image*) merupakan hakekat untuk menggerakkan dan mendorong wisatawan menentukan pilihan destinasi wisata yang akan dikunjungi dilihat dari karakteristik atau ciri khas yang dimiliki oleh suatu wisata. Sudah menjadi fakta yang diketahui dengan adanya citra destinasi pasti berdampak pada pemilihan dan persepsi wisatawan terhadap sebuah destinasi yang akan dikunjungi. Dalam konteks ini, citra dapat diartikan sebagai konsep mental yang terbentuk dari serangkaian kesan. Terdapat unsur kognitif pada gambaran yang tercipta di benak wisatawan yang bergantung pada kualitas dan kuantitas informasi yang terjadi. Sebaliknya, bagian afektif dari citra destinasi dibentuk berdasarkan karakteristik masing-

masing individu. Jika seseorang wisatawan mempertimbangkan dimensi kognitif dan afektif membuat penilaian umum mengenai destinasi tersebut, berdasarkan pengetahuan dan keyakinan sebelumnya tentang tempat tersebut (Herry & Shar 2022).

Citra destinasi berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, semakin berkembangnya pariwisata juga turut terbantu dengan semakin mudahnya masyarakat atau wisatawan dapat mengakses informasi khususnya mengenai destinasi sehingga para wisatawan dapat mudah menemukan dan menilai serta memutuskan perjalanan mereka. Citra destinasi yang positif akan membuat wisatawan merasakan kepuasan yang lebih baik (Sappewali et al., 2022).

Citra destinasi selain berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan, juga berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Citra destinasi berdampak pada proses pemilihan destinasi wisatawan dan niat mereka untuk mengunjungi kembali suatu destinasi. Citra positif terbentuk pada akhir pengalaman perjalanan yang positif dan dapat memastikan bahwa wisatawan menilai destinasi tersebut positif. Dengan itu dapat menjadikan wisatawan dalam mengunjungi kembali destinasi yang sama (Artuger & Ibrahim 2013).

Berbagai upaya telah dilakukan untuk mengidentifikasi komponen-komponen citra destinasi, dan sejumlah peneliti mengemukakan bahwa citra destinasi memiliki dua komponen utama, yaitu citra kognitif dan citra afektif (Herry & Shar 2022). Citra destinasi kognitif (*cognitive destination image*) yaitu berkaitan dengan penilaian rasional kognitif yang menjelaskan keyakinan dan informasi yang dimiliki seseorang mengenai suatu destinasi yang dikunjungi. Citra destinasi kognitif, terdiri dari pengalaman yang didapatkan oleh para wisatawan, atraksi wisata yang ada di suatu destinasi, lingkungan, infrastruktur di lingkungan tersebut, tradisi, sejarah, kebudayaan, hiburan dari destinasi tersebut. Sedangkan Citra destinasi afektif (*affective destination image*) yaitu berkaitan dengan penilaian emosional atau citra afektif yang menjelaskan bagaimana perasaan mengenai suatu destinasi. Citra destinasi afektif, terdiri dari perasaan yang menyenangkan, membangkitkan, santai dan menarik saat mengunjungi suatu destinasi wisata. (Sappewali 2022).

Citra destinasi dapat dikatakan sebagai strategi khusus yang dapat menjadi tujuan untuk memasarkan suatu objek wisata. Pada hakekatnya citra destinasi ini dapat menggerakkan dan mendorong wisatawan menentukan pilihan destinasi wisatanya karena setiap destinasi wisata memiliki karakteristik yang berbeda-beda sehingga dapat mempengaruhi seseorang untuk berkunjung (Utama 2014). Setiap tempat wisata, yaitu antara tempat wisata satu dengan tempat wisata yang lain pasti memiliki karakteristik, keunggulan, dan daya tarik tersendiri tentang sebuah destinasi.

Kota Bengkulu atau daerah yang mendapat julukan sebagai Bumi Rafflesia memiliki berbagai macam wisata religius yang memiliki situs-situs sejarah, seperti Masjid Jamik di Bengkulu. Pembangunan Masjid Jamik Kota Bengkulu tidak lepas dari sentuhan gaya arsitektur yang diberikan Soekarno sebagai seorang arsitek. Masjid ini memiliki ciri khas, seperti atapnya yang berbentuk dan bertingkat tiga yang melambangkan Iman, Islam, dan Ihsan. Kemudian, Soekarno memadukan corak Eropa dan Istanbul, Jawa dan Bengkulu (Supawi 2021).

Masjid Jamik Kota Bengkulu dikenal sebagai wisata religi yang memiliki banyak sejarah dan kebudayaan yang menjadi citra destinasi seperti arsitektur yang sangat menarik untuk dikunjungi. Gaya arsitektur Masjid Jamik terletak pada perpaduan atap model *mansard* yang dikombinasikan dengan model "jendela atap" gaya Denmark atau *dormer windows*, dan model hiasan kemuncak atap. Corak Istanbul terletak pada mimbar yang terbuat dari pasangan batu dan dipasangkan atap kubah sebanyak dua buah. Corak Jawa pada ciri khas atap tumpang yang berbentuk limasan yang semakin kecil dan mengerucut. Serta Corak Bengkulu yang terdapat pada arsitektur Masjid Jamik seperti, penggunaan atap jembatan dan ornamen dedaunan yang sesuai dengan ciri khas rumah adat Rejang (suku Rejang). Selain itu, wisatawan merasakan kesenangan dan santai setelah berkunjung di Masjid Jamik Kota Bengkulu (Supawi 2021). Namun, masih ada wisatawan yang mengeluh dari segi infrastruktur yang belum maksimal.

Infrastruktur seperti tempat parkir yang berada di Masjid Jamik Kota Bengkulu sangatlah sempit, sehingga membuat wisatawan kurang nyaman saat berkunjung. Citra destinasi yang positif lebih mungkin untuk mencapai tingkat kepuasan yang tinggi dan sebaliknya, citra negative mencapai tingkat ketidakpuasan yang tinggi, yang berarti bahwa pengunjung yang puas akan kembali ke tujuan yang disukai (Harry & Shar 2022).

Bertolak belakang dari fenomena tersebut maka penulis tertarik meneliti **Analisis Citra Destinasi Wisata Religi *Religion Tourism* di Kota Bengkulu (Studi Pada Masjid Jamik Kota Bengkulu)**. Selain alasan dari latar belakang masalah, judul ini juga menarik untuk diteliti sebagai upaya untuk melihat bagaimana citra destinasi yang ada di Masjid Jamik Kota Bengkulu.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 1. Pariwisata

#### a. Pengertian Pariwisata

Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa sanskerta yang terdiri atas dua kata yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan *wisata* berarti “pergi” atau “berpergian”. Maka pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari satu tempat ke tempat lain yang dalam bahasa Inggris disebut “*tour*”, dalam arti jamak berarti “kepariwisataan” atau bisa dikatakan “*tourism*” atau “*tourisme*”. (Pengetahuan dasar ilmu pariwisata) Pariwisata adalah keseluruhan fenomena (gejala) dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia di luar tempat tinggalnya. Dengan maksud bukan untuk tinggal menetap dan tidak berkaitan dengan pekerjaan-pekerjaan yang menghasilkan upah (Isdarmanto 2017).

Allah SWT bersabda mengenai pariwisata terdapat didalam Qs. Al-Mulk (67): (15) yang berbunyi:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

“Artinya: Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” Q.S Al-Mulk (67): (15).

Surat Al-mulk tersebut menjelaskan bahwasanya Allah SWT memerintahkan manusia untuk melakukan perjalanan kemana pun yang diinginkan, baik untuk keperluan liburan bahkan untuk mencari mata pencaharian dan perniagaan.

Bab I Pasal I Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan yang menjelaskan sebagai berikut:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh Sebagian atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk bertujuan berlibur, pengembangan diri.
2. Wisatawan adalah pelaku yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah beragam macam aktivitas wisata dan di dukung dengan fasilitas serta layanan yang diberikan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.
4. Kepariwisataan adalah keseluruhan aktivitas yang berhubungan dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha.

5. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
6. Destinasi wisata adalah kawan geografis yang berada dalam suatu wilayah administrative yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling berhubungan dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan itu sendiri.
7. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang atau jasa pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata.
8. Pengusaha pariwisata adalah sekumpulan orang yang melakukan pariwisata.
9. Industri pariwisata adalah sekumpulan usaha pariwisata yang berhubungan dalam menghasilkan baran dan jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan penyelenggara pariwisata.
10. Kawasan strategi pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pengembangan pariwisata dan memiliki pengaruh aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, social dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan (Suwena & Widyatmaja 2017).

## 2. Wisata Religi

### a. Pengertian Wisata Religi

Wisata religi merupakan jenis wisata keagamaan atau wisata yang bermotif spiritual yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok sehingga sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada Tuhan Yang Maha Esa dan memperoleh keberkahan dalam hidup. Wisata religi juga dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama, biasanya beberapa tempat ibadah yang memiliki kelebihan seperti masjid tua atau bersejarah, masjid unik ataupun beberapa makam ulama yang memiliki sejarah tersendiri (Narulita et al., 2020). Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus seperti, masjid sebagai tempat pusat keagamaan dimana masjid digunakan untuk beribadah sholat, i'tikaf, adzan, dan iqomah, kemudian makam dalam tradisi Jawa, yaitu tempat mengandung kesakralan. Tujuan wisata religi mempunyai makna yang dapat dijadikan pedoman untuk menyampaikan syiar islam di seluruh dunia, dijadikan sebagai pelajaran, untuk mengingat ke-Esaan Allah (Narulita et al., 2020).

### b. Manfaat Mengunjungi Wisata Religi

Wisata religi memiliki banyak peran yang dapat dirasakan oleh setiap wisatawan yang mengunjungi suatu destinasi religi yaitu sebagai berikut:

1. Wisata religi dapat meningkatkan *religious practice*, kegiatan yang dilakukan selama wisata religi umumnya didominasi dengan ritual ibadah baik berupa sholat ataupun membaca Al-quran. Karena keterlibatan wisatawan dalam kegiatan wisata religi akan membuat wisatawan terbiasa meningkatkan keyakinan yang semakin kuat.
2. Wisata religi dalam meningkatkan *religious belief*, orang yang melakukan wisata religi pasti memiliki keyakinan terhadap Allah SWT yang semakin kuat.
3. Wisata religi dalam meningkatkan *religious knowledge*, seseorang yang melakukan wisata religi pasti akan terlibat dalam kajian keagamaan seperti ceramah Ustad. Dengan demikian wisatawan yang berkunjung mendapatkan kajian dan wawasan keagamaan yang didapatkannya.
4. Wisata religi dalam meningkatkan *religious feeling*, wisatawan yang terbiasa melakukan wisata religi maka akan memiliki ikatan rasa yang kuat dengan agamanya.

5. Wisata religi dalam meningkatkan *religious effect*, wisata religi yang terbiasa melakukan wisata religi pasti mampu berinteraksi dengan baik antar sesamanya (Narulita et al., 2020).

c. Jenis Wisata Religi

Wisata religi dari segi jumlahnya, dibedakan sebagai berikut:

1. *Individual Religious Tour* (wisata religi keluarga), yaitu suatu perjalanan wisata religi yang dilakukan oleh satu orang atau sendiri.
2. *Family Group Religious Tour* (wisata religi keluarga), yaitu suatu perjalanan wisata religi yang dilakukan oleh serombongan keluarga, yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain.
3. *Group Religious Tour* (wisata religi rombongan), yaitu suatu perjalanan wisata religi yang dilakukan bersama-sama dengan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan seluruh anggotanya.

Dari segi maksud dan tujuannya, wisata religi dibedakan sebagai berikut:

- a. *Mosque Religion Tourism* (wisata religi masjid), merupakan suatu perjalanan wisata religi yang diselenggarakan dan diikuti oleh setiap wisatawan guna mengunjungi masjid.
- b. *Pilgrimage Religious Tourism* (wisata religi ziarah), yaitu suatu perjalanan wisata religi yang diselenggarakan dan diikuti oleh individu atau kelompok guna mengunjungi makam ulama Allah (Narulita et al., 2020).

### 3. Citra Destinasi

Citra destinasi dapat diartikan sebagai rangkaian kesan atau persepsi dari seorang wisatawan setelah mengunjungi tempat wisata. Citra destinasi memainkan peran penting untuk mempengaruhi wisatawan dalam proses memilih destinasi, dan niat berkunjung kembali. Selain itu, citra destinasi berpengaruh juga terhadap kepuasan wisatawan, kepuasan wisatawan ini berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan atau niat berperilaku di masa depan, misalnya wisatawan yang puas akan memberikan timbal balik positif tentang destinasi tersebut yaitu dengan cara merekomendasikannya kepada kerabat atau teman, dan mengunjungi kembali destinasi yang sama di masa mendatang (Wang et al., 2017).

Citra destinasi merupakan elemen mendasar dalam promosi suatu destinasi pariwisata, karena yang membedakan suatu destinasi dengan destinasi lainnya adalah kunci keberhasilannya (Huete & Victor 2020). Definisi citra destinasi (*destination image*) dalam dunia pariwisata merupakan hakekat untuk menggerakkan dan mendorong wisatawan menentukan pilihan destinasi wisata yang akan dikunjungi dilihat dari karakteristik atau ciri khas yang dimiliki oleh suatu wisata. Citra destinasi memiliki empat terminologi, yakni kompleks (*it is not unequivocal*), multi elemen dan proses (*in elements and processes*), relative (*subjective and generally comparative*), dan dinamis (*varying with time and space*). Pengertian citra destinasi adalah sesuatu hal yang kompleks untuk menerangkannya dalam dimensi analitis. Multi elemen dan proses menerangkan bahwa citra destinasi sebagai dimensi dari suatu hasil sebuah tindakan. Relatif menerangkan bahwa citra destinasi adalah alat strategi khususnya dalam tujuan pengelolaan dan pemasaran. Sedangkan dinamis diartikan bahwa citra destinasi senantiasa mengikuti kebijakan strategi yang didasarkan citra sebuah destinasi (*place*) (Suwena & Widyatmaja 2010).

Citra destinasi mengacu pada sekumpulan asosiasi yang dirasakan oleh individu terhadap suatu destinasi. Citra destinasi adalah berkaitan dengan sistem interaktif dari pemikiran, keyakinan, emosi, dan imajinasi saat mengunjungi suatu destinasi (Shafie et al., 2016). Suatu citra destinasi tidak terbentuk dengan sendirinya melainkan dengan adanya pandangan atau persepsi seorang wisatawan terhadap destinasi tersebut. Pembentukan persepsi wisatawan terhadap citra destinasi adalah sebagai berikut:

1. *Vagua and realistic image*, berasal dari iklan, pendidikan, dan penyebaran *word of mouth*. Persepsi ini terbentuk ketika wisatawan sebelum melakukan kunjungan ke tempat wisata. Jadi citra tersebut belum diketahui kebenarannya, karena wisatawan belum melakukan perjalanan.

2. *Distortion of image*, tahap ini telah memutuskan untuk berlibur dengan memilih tujuan, dan jenis tempat wisata yang akan dikunjungi. Maka citra destinasi mulai tampak kebenarannya.

3. *Improved image*, tahap ini wisatawan sudah mendapatkan pengalaman liburan atau sudah melakukan kunjungan ke tempat wisata. Sehingga persepsi terhadap citra yang sebelumnya tidak diketahui kebenarannya dihilangkan dan terbukti kebenarannya.

4. *Resulting image*, tahap terakhir mengacu pada pengalaman wisata yang ada dalam pembentukan citra destinasi tersebut, misalnya pengalaman liburan yang menimbulkan nostalgia, menyenangkan, membosankan, dan fantasi (Lopes 2011).

Indikator citra destinasi terdiri dari *affective*, dan *cognitive* yang dijabarkan sebagai berikut:

1. *Affective destination image* (citra destinasi afektif) yaitu meliputi perasaan dan emosi wisatawan terhadap suatu destinasi yang dikunjungi (Shafie et al., 2016). Indikator dari citra destinasi afektif atau *affective destination image* yaitu lokasi yang menyenangkan, lokasi menarik, dan lokasi yang ramai (Herry & Shar 2022).

2. *Cognitive destination image* (citra destinasi kognitif) yaitu merupakan keyakinan atau pengetahuan yang dimiliki wisatawan tentang karakteristik dan atribut yang dimiliki oleh suatu destinasi. Indikator citra destinasi kognitif (*cognitive destination image*) terdiri dari atraksi alam, infrastruktur, lingkungan sosial, sejarah, suasana, dan nilai uang.

### 3. Metode Penelitian

#### Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan sumber informasi yang dapat memberikan informasi tentang fenomena-fenomena yang terjadi untuk mengungkap fakta-fakta di lapangan. Metode penelitian informan pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu seperti orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan peneliti, atau sebagai penguasa sehingga memudahkan peneliti menjelajah objek/situasi sosial yang diteliti.

**Table 1. Informan Penelitian**

No	Nama	Umur	Keterangan
1.	Briktos	68 Tahun	Wisatawan
2.	Chalvin	17 Tahun	Wisatawan
3.	Heni Oktaria	40 Tahun	Wisatawan
4.	Jalaludin	64 Tahun	Wisatawan
5.	Kasidjo	75 Tahun	Wisatawan
6.	Megi Pranata	17 Tahun	Wisatawan
7.	Neni	50 Tahun	Wisatawan
8.	Septa Setiawan	26 Tahun	Wisatawan
9.	Wahyudi	23 Tahun	Wisatawan
10.	Wahyu	22 Tahun	Wisatawan
11.	Sutaji	53 Tahun	Pedagang
12.	Riyan	46 Tahun	Pedagang
13.	Suharyono	49 Tahun	Pedagang

#### Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif, sumber data dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari lokasi penelitian melalui wawancara dengan pihak terkait, seperti pengurus Masjid Jamik Kota Bengkulu dan wisatawan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai media, seperti buku, dokumen, foto, dan statistik, yang digunakan sebagai sumber pelengkap atau utama jika narasumber tidak tersedia.

#### Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, digunakan tiga teknik utama pengumpulan data pada metode kualitatif, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi.

- a. Observasi: Melibatkan peneliti untuk secara langsung mengamati kegiatan di Objek Wisata Religi Masjid Jamik Kota Bengkulu guna mendapatkan informasi awal.
- b. Wawancara: Dilakukan dengan narasumber, termasuk pengurus Masjid Jamik dan wisatawan, untuk mendapatkan data melalui pertanyaan dan jawaban secara langsung.
- c. Dokumentasi: Melibatkan pengumpulan data dari catatan tertulis, seperti arsip, buku, dokumen hukum, grafik, gambar, dan foto yang relevan dengan penelitian.

#### Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini analisis intraksi digunakan untuk melakukan reduksi data serta komponen penyajian selama mengumpulkan data. Tiga (3) cara untuk menganalisis data, sebagai berikut:

- a. Reduksi data adalah lebih memfokuskan, menyederhanakan, dan memindahkan data mentah ke dalam bentuk yang lebih mudah dikelola. Tegasnya, reduksi adalah membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat bagan, penggolongan dan menulis memo. Kegiatan ini berlangsung terus menerus sampai laporan akhir lengkap tersusun.
- b. Penyajian data adalah sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data berbentuk teks naratif di ubah menjadi berbagai bentuk jenis matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih sehingga peneliti dapat mengetahui apa yang terjadi untuk menarik kesimpulan.
- c. Penarikan kesimpulan, dalam teknik analisis ini, data yang telah disediakan harus memberikan jawaban terhadap rumusan masalah sehingga dapatlah kesimpulan mengenai Citra Destinasi Wisata Religi *Religion Tourism* di Kota Bengkulu (Studi Pada Masjid Jamik Kota Bengkulu)". Untuk kesimpulan pada tahap pertama bersifat longgar, tetap terbuka, belum jelas kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh.

## 4. Hasil Dan Pembahasan

### Citra Destinasi Kognitif

#### Infrastruktur

Hasil wawancara wisatawan di Masjid Jamik Kota Bengkulu menunjukkan bahwa destinasi Wisata Religi ini memiliki fasilitas yang sangat memadai dan terjaga. Tempat wudhu, toilet, area shalat utama, kursi tunggu, dan kipas angin dinilai baik oleh semua responden. Tambahan taman bermain anak-anak membuat anak-anak betah berkunjung. Lahan parkir di Masjid Jamik dianggap luas dan memadai oleh semua responden, dengan pemisahan antara kendaraan bermotor dan mobil. Meskipun pada hari Jumat, yang merupakan hari paling ramai, parkirannya dianggap cukup untuk menampung pengunjung. Keseluruhan, destinasi ini mendapat citra positif dengan fasilitas yang lengkap dan lahan parkir yang memadai.

#### Lingkungan Sosial

Hasil wawancara menunjukkan bahwa lingkungan sosial di sekitar destinasi Wisata Religi Masjid Jamik Kota Bengkulu sangat positif. Menurut wisatawan yakni Wahyudi, Briktos, Kasidjo, Wahyu, Chalvin, Neni, dan Jalaludin, penduduk sekitar sangat ramah, berjiwa sosial tinggi, dan saling membantu. Keamanan di destinasi ini juga dianggap baik. CCTV telah dipasang di beberapa titik, dan tidak ada laporan kehilangan barang atau masalah keamanan selama kunjungan. Masyarakat sekitar juga berkontribusi dalam menjaga keamanan, menciptakan suasana yang aman dan nyaman bagi wisatawan dan jamaah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial di sekitar Masjid Jamik Kota Bengkulu sangat mendukung kegiatan wisata religi. Keakraban, kepedulian, dan partisipasi aktif masyarakat setempat memberikan nilai tambah positif pada pengalaman wisata religi di destinasi ini.

### **Nilai Uang**

Destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu memberikan dampak positif pada perekonomian, seperti yang disampaikan oleh tiga pedagang yang berjualan di sekitar destinasi tersebut. Menurut Bapak Rian (penjual es dawet), kehadiran wisatawan yang ramai menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan. Meskipun waktu berjualan terbatas (pagi hingga sebelum dzuhur, dan sore hingga sebelum magrib), hal ini tetap memberikan kontribusi positif pada perekonomian. Bapak Sutaji (penjual sempol) menyampaikan bahwa destinasi wisata religi Masjid Jamik memberikan kesempatan kerja dan membantu memenuhi kebutuhan hidupnya. Meskipun waktu berjualan dibatasi, kehadiran wisatawan tetap memberikan peluang yang signifikan. Bapak Suharyono (penjual batagor) menekankan bahwa destinasi ini menambah pendapatan pedagang di sekitar tempat wisata, terutama pada hari Jumat yang menjadi puncak kunjungan. Keberadaan kegiatan belajar shalat tasbih dan ibadah shalat Jumat turut menambah animo wisatawan. Secara keseluruhan, destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu memberikan kontribusi positif pada perekonomian lokal dengan menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan para pedagang di sekitarnya.

### **Suasana**

Destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu menawarkan suasana yang nyaman, tenang, dan sejuk, sebagaimana diungkapkan oleh beberapa responden. Menurut Bapak Kasidjo, suasana sejuk tercipta meskipun destinasi ini berada di pusat kota, berkat banyaknya pepohonan di sekitarnya. Bapak Briktos menambahkan bahwa suasana adem dan tenang di destinasi ini tidak hanya berfungsi untuk liburan, tetapi juga menciptakan ketenangan rohani. Saudara Chalvin mencatat bahwa destinasi ini memiliki suasana sejuk dengan banyak pohon di sekitar dan tempat duduk yang memungkinkan wisatawan bersantai di bawah pepohonan. Saudara Wahyu juga merasa bahwa destinasi ini memberikan suasana yang menenangkan dan positif untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Bapak Jalaludin menekankan suasana yang sangat sejuk berkat perawatan pohon di sekitar destinasi. Saudara Wahyudi merasakan kenyamanan dan ketenangan meskipun destinasi ramai. Ibu Neni menambahkan bahwa destinasi ini memberikan suasana yang menyejukkan dan adem dengan banyak pepohonan rimbun. Ibu Neni menyimpulkan bahwa suasana di destinasi ini sejuk, santai, dan tenang, memberikan kesejukan dan ketenangan, terutama karena sifat religiusnya. Secara keseluruhan, destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu menawarkan suasana yang menenangkan dan nyaman, meskipun terletak di pusat kota yang ramai.

### **Atraksi Alam**

Hasil wawancara menunjukkan sebagian besar wisatawan di Masjid Jamik Kota Bengkulu memberikan tanggapan positif terhadap atraksi alam dan lingkungan sekitar destinasi wisata religi. Pemandangan alam dianggap sejuk dan bagus, terutama dengan keberadaan pohon-pohon yang dirawat. Lingkungan sekitar destinasi dinilai asri dan bersih, meskipun ada catatan terkait gangguan udara akibat pembakaran sampah dedaunan. Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa destinasi religi ini menawarkan pengalaman positif dengan pemandangan alam yang sejuk dan lingkungan yang bersih.

## **2. Citra Afektif**

### **Lokasi yang Menyenangkan**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa wisatawan di Masjid Jamik Kota Bengkulu merasa destinasi ini sangat menyenangkan. Keberadaannya memberikan kenyamanan, perasaan santai, dan kesegaran pikiran. Fasilitas dan infrastruktur yang memadai serta sejarah yang menarik menjadi faktor pendukung kesenangan wisatawan.

### **Lokasi yang Menarik**

Destinasi ini dianggap sangat menarik oleh wisatawan, terutama karena bangunan yang unik dan bersejarah. Ciri khas arsitektur, ukiran kaligrafi, dan keterlibatan Ir. Soekarno dalam pembangunannya membuat Masjid Jamik Kota Bengkulu menonjol. Selain itu, keberadaannya sebagai cagar budaya yang dilindungi menambah daya tariknya.

### **Lokasi yang Ramai**

Secara umum, destinasi religi ini dianggap ramai oleh wisatawan. Letaknya yang strategis di pusat kota menyebabkan banyaknya pengunjung. Akses jalan yang mudah dijangkau menjadi faktor positif, meskipun ada catatan tentang kemacetan pada beberapa waktu tertentu. Aktivitas keagamaan dan kegiatan sosial yang rutin diadakan turut meningkatkan kepadatan pengunjung di lokasi ini.

## **Pembahasan**

### **1. Citra Destinasi Kognitif**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan indikator yang berhubungan dengan citra destinasi kognitif di wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu yaitu terdiri dari infrastruktur, lingkungan sosial, nilai uang, suasana, dan atraksi alam. Infrastruktur adalah sarana dan prasarana umum yang digunakan untuk pelayanan dan fasilitas yang menunjang dalam mendorong aktivitas masyarakat (Gultom et al., 2020). Sejalan dengan itu dilihat dari hasil penelitian bahwa infrastruktur yang terdapat di destinasi wisata religi "*religion tourism*" pada Masjid Jamik Kota Bengkulu sudah memadai, terawat, dan terjaga dapat dilihat dari tersedianya fasilitas seperti ruang inti beribadat, toilet, tempat wudhu laki-laki dan perempuan, kursi tunggu, bahkan taman bermain yang terdapat di halaman wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu dan lahan parkir yang berhubungan dengan infrastruktur luas. Kemudian, lingkungan sosial yaitu berhubungan dengan kondisi yang ada disekitar baik dari sikap, perilaku, dan proses pembentukan karakter dan hubungan antara kelompok serta pilihan-pilihan yang dilakukan berdasarkan lingkungan dan pengaruhnya terhadap lingkungan (Kusumasari 2015). Berdasarkan hasil wawancara penulis menarik kesimpulan bahwa lingkungan sosial yang terdapat di destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu masyarakat atau penduduknya berperilaku ramah dan memiliki sifat sosial yang tinggi, sedangkan untuk keamanan di destinasi wisata sangat aman karena selain adanya CCTV yang terdapat di destinasi tempat wisata religi juga adanya perilaku saling menjaga antar masyarakat yang terdapat di sekitar destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu. Selanjutnya berhubungan dengan nilai uang. Nilai uang merupakan suatu nilai berhubungan

dengan pendapatan yang diperoleh seseorang individu atas pemanfaatan langsung dari sumber daya alam dimana individu berhubungan langsung dengan sumber daya alam dan lingkungan (Salma 2020). Dari hasil wawancara peneliti dapat menyimpulkan bahwa dengan adanya destinasi wisata religi "*religion tourism*" pada Masjid Jamik Kota Bengkulu dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan juga meningkatkan pendapatan khususnya bagi pedagang yang berjualan di destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu.

Selanjutnya citra destinasi yang berhubungan dengan suasana. Suasana merupakan perilaku, hawa, atau keadaan yang muncul atas pengalaman pribadi atau pengalaman-pengalaman yang diterima ketika terjadi peristiwa (Hidjaz 2019). Berdasarkan hasil wawancara dapat ditarik kesimpulan bahwa suasana di destinasi wisata religi "*religion tourism*" pada Masjid Jamik Kota Bengkulu nyaman, tenang, sejuk, dan santai walaupun lokasinya terletak di pusat keramaian tengah Kota Bengkulu. Kemudian atraksi alam adalah suatu tempat, aktivitas, atau objek yang memberikan kepuasan atau kenikmatan bagi pengunjung yang berupa alam (Ajeng 2021). Berdasarkan hasil wawancara, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa atraksi alam yang terdapat di destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu pemandangan alamnya sejuk karena adanya pepohonan yang tumbuh dan sengaja dirawat di sekitar destinasi wisata, serta lingkungan yang ada disekitar destinasi wisata masih bersih dan belum terjamak.

## 2. Citra Destinasi Afektif

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan indikator yang berhubungan dengan citra destinasi afektif di wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu yaitu terdiri dari lokasi yang menyenangkan, lokasi yang menarik, dan lokasi yang ramai. Lokasi yang menyenangkan merupakan tempat yang digunakan untuk melakukan kegiatan dan memberikan kesan positif ketika setelah mengunjungi (Arisin et al., 2023). Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu merupakan destinasi wisata yang menyenangkan karena wisatawan yang berkunjung merasa santai dan fresh. Selain itu destinasi wisata religi Masjid Jamik ini memiliki sejarah sehingga wisatawan senang mendapatkan ilmu baru, serta wisatawan bukan hanya berkunjung untuk berwisata tetapi juga dapat mendekatkan diri kepada Allah SWT setelah berkunjung ke destinasi wisata religi Masjid Jamik ini. Kemudian lokasi yang menarik merupakan suatu tempat yang memiliki ciri khas dan daya tarik sehingga seseorang berniat untuk mengunjungi (Ammarohman & Awwaludin 2019). Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu menarik dikunjungi karena adanya bangunan yang memiliki sejarah berhubungan dengan berdirinya destinasi wisata religi ini yaitu adanya campur tangan dari Ir. Soekarno dengan bangunan yang benuansa Jawa dan Sumatera, serta adanya kaligrafi yang berbentuk ayat suci Al-quran merupakan hasil rancangan dari Ir. Soekarno.

Selanjutnya berkaitan dengan lokasi yang ramai merupakan suatu tempat yang strategis, mudah terlihat, didukung oleh infrastruktur dan tidak jauh dari pemukiman warga (Victor & Jean 2023). Berdasarkan hasil wawancara, peneliti dapat menyimpulkan bahwasannya destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu merupakan destinasi yang ramai karena letaknya yang strategis terdapat di Tengah Pusat Kota Bengkulu dan akses jalan menuju destinasi tempat wisata sangat mudah di jangkau karena jalan menuju destinasi sangat bagus dan lokasi yang mudah dilihat sehingga memudahkan wisatawan untuk menemukan destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu.

## 5. PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian yang telah dilakukan penulis melalui indikator citra destinasi kognitif yang terdiri dari infrastruktur, lingkungan sosial, nilai uang, suasana, dan atraksi alam. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Citra Destinasi Kognitif (*Cognitive Destination Image*)

Citra destinasi kognitif wisata religi "*religion tourism*" pada Masjid Jamik Kota Bengkulu sudah baik. Infrastruktur yang terdapat di destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu memadai, terawat, dan terjaga. Kemudian lingkungan sosial yang terdapat di destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu dengan masyarakat yang ramah, serta lingkungan yang aman. Selain itu dengan adanya destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan juga meningkatkan pendapatan khususnya bagi para pedagang. Kemudian suasana di destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu nyaman, tenang dan sejuk. Serta atraksi alam yang terdapat di destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu sejuk karena adanya pepohonan yang mengelilingi destinasi tempat wisata.

2. Citra Destinasi Afektif (*Affective Destination Image*)

Adapun citra destinasi afektif pada wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu dengan indikator lokasi yang menyenangkan, lokasi yang menarik, dan lokasi yang ramai dapat disimpulkan bahwasannya citra destinasi afektif di wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu baik dimata wisatawan. Dapat dilihat dari indikator lokasi yang menyenangkan dapat memberikan kesan santai dan *fresh* ketika setelah berkunjung ke destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu. Kemudian destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu ini merupakan destinasi wisata dengan lokasi yang menarik karena bangunannya yang memiliki sejarah dan unik yaitu dirancang oleh Ir. Soekarno. Serta destinasi wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu merupakan destinasi wisata yang ramai karena letaknya yang sangat strategis di Tengah Kota Bengkulu.

### Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai bahan pertimbangan untuk wisata religi "*religion tourism*" Masjid Jamik Kota Bengkulu:

1. Bagi pihak wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu semoga pengurus dan para wisatawan yang berkunjung tetap mempertahankan kualitas dan sejarah dari destinasi wisata religi dan mengembangkan atraksi wisata. Memperluas jaringan promosi melalui pemanfaatan teknologi informasi, sehingga wisatawan mengetahui potensi dari wisata religi Masjid Jamik Kota Bengkulu. Serta dari pengelola destinasi pariwisata/pemerintah Provinsi Bengkulu/pihak berwenang diharapkan terus memperhatikan infrastruktur tempat destinasi wisata agar lebih baik lagi.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan serta bahan untuk penelitian terdahulu.
3. Bagi pihak akademik UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu umumnya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah khususnya. Agar kiranya penelitian ini dapat menjadi sebuah pembelajaran dalam segala hal informasi yang menyangkut analisis citra destinasi wisata religi "*religion tourism*" di Masjid Jamik Kota Bengkulu.

### Daftar Pustaka

- Abdussamad. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi 1. Makassar: CV Syakir Media Press.
- Adhi Yuliyanto, M. Baiquni, Djoko Wiyono. 2021. 'Citra Destinasi Pariwisata Dalam Perspektif Fotografi Di Lombok Nusa Tenggara Barat'. *Jurnal Pendidikan Dan Perhotelan* 1.1: 2021.
- Ajeng. 2021. 'Strategi Pengembangan Potensi Wisata Alam Di Desa Abangsongan Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali'. *Jurnal JSPH* 5.1: 50.

- Akbar, Auzan Tawadlu. 2020. 'Peran Kuliner Dalam Meningkatkan Citra Destinasi Pariwisata Taman Nasional Bromo Tengger Semeru'. Universitas Brawijaya.
- Alquran, Departemen Agama Republik Indonesia. *Jabal*, Bandung.
- Artuger, Savas, Burçin Cevdet Çetinsöz, and Ibrahim Kilic. 2013. 'The Effect of Destination Image on Destination Loyalty: An Application in Alanya'. *European Journal of Business and Management* 5.13: 124–36.
- Chotib, Moch. 2015. *Potensi Pengembangan Wisata Religi Di Kabupaten Jember*. Jember: IAIN Jember Press.
- Farida, Nugrahani. 2008. 'Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa'. 1.1: 305.
- Fauzi Janu Amarrohman, Mochammad Awwaludin, Sawitri Subiyanto. 2019. 'Kajian Dan Daya Tarik Lokasi Wisata Berdasarkan Nilai Ekonomi Kawasan Di Kota Semarang'. *Jurnal Geodesi Dan Geomatika* 2.2: 11.
- Hadi Suprpto Arifin, Weni Widyowati, Ari Agung Prastowo, Meria Octavianti. 2023. 'Pelatihan Komunikasi Efektif Untuk Pengenalan Objek Wisata Ciletuh Palabuhan Ratu Unesco Global Geoprak (UGGP)'. *Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat* 12.2: 244.
- 'Hasil Observasi Peneliti Di Masjid Jamik Kota Bengkulu, Pada 29 September 2023.'
- Hayati, Etri. 2023. 'Fakta Masjid Jamik Bengkulu, Direnovasi Soekarno Temboknya Dibuat Dari Kerang Dan Putih Telur'. <https://travel.indozone.id/destinasi/951781677/faktamasjid-jamik-bengkulu-direnovasi-soekarno-temboknya-dibuatdari-kerang-dan-putih-telur> [accessed 15 October 2023]
- Herry Novrianda dan Aan Shar. 2022. 'Kepuasan Wisatawan Dari Perspektif Citra Destinasi'. *Creative Research Management* 5.2: 2.
- Herry, Novrianda, and Shar Aan. 2022. 'Analisis Citra Destinasi Pariwisata Di Provinsi Bengkulu'. *Manajemen* 16.2: 304.
- Hidjaz, Taufan. 2019. 'Interaksi Perilaku Suasana Ruang Di Perkantoran Kasus Di 2 Lokasi Kantor Pusat PT. Telkom, Bandung'. *Jurnal Itenas Rakarupa* 1.1: 15.
- Huete Alcocer, Nuria, and Víctor Raúl López Ruiz. 2020. 'The Role of Destination Image in Tourist Satisfaction: The Case of a Heritage Site'. *Economic Research-Ekonomika Istrazivanja* 33.1: 2444–61 <<https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1654399>>
- Irma Afia Salma, Indah Susilowati. 2020. 'Analisis Permintaan Objek Wisata Alam Curug Sewu, Kabupaten Kendal Dengan Pendekatan Travel Cost'. *Jurnal Dinamika Pembangunan* 1.2: 157.
- Isdarmanto. 2017. *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*, 1st edn. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara dan STiPrAM.
- Kurniawansyah. 2021. 'Mengenal Masjid Jamik Bengkulu Salah Satu Karya Arsitektur Ir. Soekarno'. *Osc. Medcom.Id*, 2021 <https://osc.medcom.id/community/mengenal-masjid-jamik-bengkulu-salah-satu-karya-arsitektur-ir-soekarno-1808> [accessed 15 October 2023]
- Kusumasari, Nuruliah. 2015. 'Lingkungan Sosial Dalam Perkembangan Psikologis Anak'. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 2.1: 33.
- Lopes, Sérgio Dominique Ferreira. 2011. 'Destination Image: Origins, Developments and Implications'. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 9.2: 305–15 <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.027>
- Prastowo, Andi. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-ruzz Media.
- Putra, Roki Eka. 2023. 'Masjid Jamik Bengkulu Memerlukan Perhatian Pemda'. <[https://www.rri.co.id/bengkulu/daerah/310131/masjid-jamik-bengkulu?utm\\_source=news\\_main&utm\\_medium=internal\\_link&utm\\_campaign=General Campaign](https://www.rri.co.id/bengkulu/daerah/310131/masjid-jamik-bengkulu?utm_source=news_main&utm_medium=internal_link&utm_campaign=General_Campaign)> [accessed 15 October 2023]
- Rifyal Zuhdi Gultom, Annisa Qadarusman Tini. 2020. 'Pembangunan Infrastruktur Dalam Islam:Tinjauan Ekonomi Dan Sosial'. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6.02: 3.
- Salim, and Syahrums. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif Konsep Dan Aplikasi Dalam Ilmu Sosial, Keagamaan Dan Pendidikan*. pp. 141–42.