

ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG TERHADAP FASILITAS DAN PELAYANAN TAKMIR MASJID AR-RAHMAN KOTA BLITAR

Muhammad Fikri Difatama Arviansyah¹; Moh Mansur^{2*}; Dian Fadhilawati³;
Dwita Laksmi Rachmawati⁴

Program Studi Pariwisata Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam¹
Universitas Islam Negeri Sayyidi Ali Rahmatullah, Tulungagung, Indonesia¹
<https://uinsatu.ac.id/>
fikridifatama1909@gmail.com¹

Madrasah Aliyah Negeri Kota Blitar, Blitar Indonesia²
<https://mankotablitar.com/>
mr.mohmansur@gmail.com²

Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan³
Universitas Islam Balitar, Blitar, Indonesia³
www.unisbablitar.ac.id³
dianfadhilawati@unisbablitar.ac.id³

Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan⁴
Universitas Muhammadiyah Gresik, Gresik, Indonesia⁴
<https://umg.ac.id/>⁴
dwitalaksmi@umg.ac.id⁴
(*) Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract—Visitor satisfaction is an important factor in maintaining the quality and sustainability of religious tourism destinations. This study analyzes visitors' satisfaction with religious facilities and mosque management services at Masjid Ar-Rahman as a non-commercial mosque-based religious tourism destination. The study employed a quantitative descriptive approach using Likert-scale survey data collected from 100 respondents through accidental sampling. Data were analyzed using descriptive statistical analysis. The results show that visitor satisfaction with facilities is very high ($M = 4.62$), particularly regarding the cleanliness and comfort of prayer areas and the availability of worship equipment. Meanwhile, satisfaction with mosque management services is relatively high ($M = 3.90$), with friendliness and helpfulness receiving the highest ratings, while information clarity and responsiveness still require improvement. These findings indicate that the integration of physical facilities and interpersonal services plays an important role in creating visitor comfort and spiritual experience in religious tourism. The study contributes to the development of mosque-based religious tourism studies, particularly in the context of non-commercial religious destinations.

Keywords: mosque management, non-commercial mosque, religious tourism, service quality, visitor satisfaction.

Abstrak—Kepuasan pengunjung merupakan faktor penting dalam menjaga kualitas dan keberlanjutan destinasi pariwisata religi. Penelitian ini menganalisis kepuasan pengunjung terhadap fasilitas religius dan pelayanan takmir di Masjid Ar-Rahman sebagai destinasi wisata religi berbasis masjid nonkomersial. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan data survei skala *Likert* dari 100 responden yang dipilih melalui teknik *accidental sampling*. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan terhadap fasilitas berada pada kategori sangat tinggi ($M = 4,62$), terutama pada aspek kebersihan dan kenyamanan ruang salat serta ketersediaan perlengkapan ibadah. Sementara itu, kepuasan terhadap pelayanan takmir tergolong tinggi ($M = 3,90$), dengan aspek keramahan dan sikap membantu memperoleh nilai tertinggi, sedangkan kejelasan informasi dan kecepatan

respons masih perlu ditingkatkan. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi antara kualitas fasilitas fisik dan pelayanan interpersonal berperan penting dalam menciptakan kenyamanan serta pengalaman spiritual pengunjung wisata religi. Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan kajian wisata religi berbasis masjid, khususnya pada destinasi religi nonkomersial.

Kata Kunci: manajemen masjid, masjid nonkomersial, wisata religi, kualitas pelayanan, kepuasan pengunjung.

PENDAHULUAN

Wisata religi merupakan salah satu bentuk pariwisata yang mengalami perkembangan sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir (Jaeni et al., 2025). Dalam konteks pariwisata Islam, wisata religi dipahami sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan dengan tujuan memperoleh pengalaman keagamaan, ketenangan batin, serta penguatan nilai-nilai spiritual melalui kunjungan ke tempat-tempat bernilai religius, seperti masjid, makam tokoh agama, dan situs sejarah Islam (Alfiana et al., 2023; Kusumaningtyas & Ulfah, 2024).

Dalam kajian pariwisata, kepuasan pengunjung merupakan konsep kunci yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas suatu destinasi. Kepuasan pengunjung didefinisikan sebagai respons emosional yang muncul setelah pengunjung membandingkan harapan awal dengan pengalaman aktual yang diperoleh selama berkunjung (Kotler & Keller, 2016). Tingkat kepuasan yang tinggi menunjukkan bahwa destinasi mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pengunjung, sedangkan tingkat kepuasan yang rendah mencerminkan adanya kesenjangan antara harapan dan realitas. Dalam konteks wisata religi, kepuasan pengunjung tidak hanya dibentuk oleh aspek fisik destinasi, tetapi juga oleh suasana religius, ketenangan lingkungan, serta kualitas pelayanan pengelola (Haryadi, 2024).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepuasan pengunjung wisata religi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas fasilitas, kebersihan, kenyamanan lingkungan, dan kualitas pelayanan (Prasasti, 2025; Sariani & Lubis, 2024). Hernawati (2025) menegaskan bahwa kebersihan, keamanan, fasilitas dan layanan yang baik dari suatu destinasi wisata dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung dan meningkatkan minat mereka untuk kembali berkunjung.

Namun demikian, sebagian besar penelitian wisata religi masih berfokus pada destinasi yang bersifat komersial, seperti kawasan ziarah makam atau destinasi wisata religi terpadu yang dikaitkan dengan aktivitas

ekonomi, seni, penjualan cendera mata, dan kontribusi terhadap pendapatan daerah (Jaeni et al., 2025; Kusumaningtyas & Ulfah, 2024). Pendekatan tersebut kurang merepresentasikan karakter wisata religi berbasis masjid yang secara esensial berorientasi pada ibadah dan pelayanan umat.

Dalam konteks Indonesia, penelitian mengenai wisata religi juga cenderung menempatkan aspek ekonomi sebagai indikator utama keberhasilan destinasi, seperti peningkatan pendapatan masyarakat, kontribusi terhadap sektor pariwisata, atau pengembangan usaha mikro di sekitar lokasi wisata (Sinaga et al., 2024; Rizky & Mulia, 2024). Meskipun pendekatan tersebut penting, fokus yang terlalu kuat pada aspek ekonomi berpotensi mengaburkan nilai utama wisata religi, yaitu pengalaman spiritual, kenyamanan ibadah, dan kepuasan pengunjung sebagai jamaah.

Masjid sebagai destinasi wisata religi memiliki karakteristik yang berbeda dengan objek wisata lainnya. Masjid tidak dirancang sebagai ruang konsumsi, melainkan sebagai ruang ibadah yang sakral. Oleh karena itu, indikator kepuasan pengunjung pada wisata religi berbasis masjid perlu disesuaikan dengan konteks tersebut. Aspek seperti ketersediaan dan kebersihan fasilitas ibadah, kenyamanan ruang shalat, arsitektur religius yang mendukung kekhusyukan, serta pelayanan takmir yang ramah dan profesional menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman pengunjung. Dalam hal ini, pelayanan takmir tidak hanya mencakup pengelolaan teknis masjid, tetapi juga sikap, perhatian, dan kepedulian terhadap kenyamanan jamaah (Rukmana et al., 2024).

Masjid Ar-Rahman di Kota Blitar merupakan salah satu masjid yang berkembang sebagai destinasi wisata religi berbasis masjid. Masjid ini dikenal memiliki desain arsitektur religius yang terinspirasi dari masjid di Madinah sehingga memberikan daya tarik visual sekaligus nuansa spiritual yang kuat bagi pengunjung. Kondisi tersebut turut membentuk citra destinasi wisata religi yang positif dan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi tertentu (Purba & Nursiah, 2025).

Selain memiliki daya tarik arsitektur religius, Masjid Ar-Rahman juga dikelola dengan menekankan kebersihan, kerapian, dan ketertiban ruang ibadah. Pengelola masjid menyediakan berbagai fasilitas pendukung ibadah serta pelayanan jamaah yang bersifat nonkomersial, termasuk kebijakan tanpa tiket masuk bagi pengunjung. Karakteristik tersebut menjadikan masjid ini ramai dikunjungi oleh jamaah maupun wisatawan religi dari berbagai daerah serta menunjukkan bahwa kualitas fasilitas dan pengelolaan masjid berpotensi memengaruhi pengalaman dan kepuasan pengunjung (Alfiana et al., 2023; Rizky & Mulia, 2024; Rosyadi, 2023).

Meskipun Masjid Ar-Rahman memiliki tingkat kunjungan yang tinggi dan karakter pengelolaan yang khas, kajian akademik yang secara khusus meneliti kepuasan pengunjung pada wisata religi berbasis masjid ini masih terbatas. Rosyadi (2023) menyoroti keunikan arsitektur dan aspek sejarah Masjid Ar-Rahman, tetapi belum membahas secara mendalam kepuasan pengunjung terhadap fasilitas dan pelayanan takmir sebagai faktor penting dalam membentuk pengalaman wisata religi yang holistik dan berkelanjutan.

Penelitian lain oleh Sariani & Lubis, (2024) menganalisis pengaruh fasilitas dan lokasi terhadap kepuasan pengunjung di Masjid Sultan Mahmud Ri'ayat Shah. Namun, penelitian tersebut belum memasukkan aspek pelayanan takmir sebagai variabel penelitian serta masih terbatas pada konteks wilayah Batam yang memiliki karakteristik berbeda dengan wisata religi berbasis masjid di Blitar. Selain itu, Haryadi (2024) meneliti pengaruh daya tarik wisata religi terhadap kepuasan pengunjung di Masjid Istiqlal Jakarta dan menegaskan pentingnya aspek religius dalam pengalaman pengunjung. Akan tetapi, penelitian tersebut belum mengkaji secara spesifik pengaruh fasilitas fisik dan pelayanan pengelola masjid serta kurang merepresentasikan karakter masjid berbasis lokal.

Di sisi lain, Rizky & Mulia, (2024) mengangkat peran sosial dan pemberdayaan ekonomi masyarakat di sekitar Masjid Ar-Rahman, namun belum mengkaji bagaimana fasilitas dan pelayanan pengelola masjid memengaruhi kepuasan pengunjung sebagai bagian dari pengalaman wisata religi yang komprehensif. Lebih lanjut, karakter arsitektur Masjid Ar-Rahman yang terinspirasi dari masjid di Madinah berpotensi membentuk ekspektasi awal (*pre-visit expectation*) yang tinggi pada pengunjung. Arsitektur religius yang megah dan simbolik tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik

visual, tetapi juga menciptakan persepsi awal mengenai kualitas pengalaman religius yang akan diperoleh pengunjung (Prasasti, 2025; Sariani & Lubis, 2024).

Penelitian terdahulu mengenai kepuasan pengunjung wisata religi masih didominasi oleh pendekatan yang berorientasi pada aspek ekonomi dan destinasi komersial. Penelitian yang secara khusus mengkaji hubungan antara fasilitas fisik, arsitektur religius, dan pelayanan takmir dalam konteks wisata religi berbasis masjid nonkomersial masih relatif terbatas. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung mengkaji aspek fasilitas dan pelayanan secara terpisah, sehingga belum mampu menjelaskan kepuasan pengunjung sebagai pengalaman spiritual yang utuh dan menyeluruh (Sariani & Lubis, 2024; Rizky & Mulia, 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) pada integrasi aspek fisik berupa fasilitas dan arsitektur religius dengan aspek nonfisik berupa pelayanan takmir dalam menganalisis kepuasan pengunjung pada wisata religi berbasis masjid nonkomersial di Masjid Ar-Rahman Kota Blitar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan pelayanan takmir terhadap kepuasan pengunjung sebagai bagian dari pengalaman wisata religi yang holistik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian wisata religi berbasis masjid serta menjadi masukan praktis bagi pengelola masjid dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan pengalaman pengunjung sesuai dengan karakteristik spiritual dan religius destinasi.

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menggambarkan tingkat kepuasan pengunjung terhadap fasilitas dan pelayanan takmir pada wisata religi Masjid Ar-Rahman Blitar. Pendekatan deskriptif dipilih karena penelitian ini tidak menguji hubungan antarvariabel, melainkan memberikan gambaran empiris mengenai persepsi dan pengalaman pengunjung terhadap kualitas layanan destinasi wisata religi berbasis masjid. Metode deskriptif kuantitatif dinilai sesuai untuk mengkaji fenomena sosial yang berkaitan dengan sikap dan persepsi responden secara sistematis dan terukur (Creswell & Creswell, 2017).

Lokasi penelitian ini adalah Masjid Ar-Rahman Blitar, yang dikenal sebagai salah satu destinasi wisata religi dengan karakter arsitektur

khas dan tingkat kunjungan yang relatif tinggi. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni – September pada tahun 2025 dengan mempertimbangkan kondisi aktual kunjungan pengunjung yang datang untuk tujuan ibadah maupun wisata religi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansinya sebagai destinasi wisata religi nonkomersial yang menekankan pelayanan, kenyamanan, kebersihan dan nilai spiritual.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung Masjid Ar-Rahman Blitar. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*, di mana responden dipilih berdasarkan pengunjung yang datang secara rutin maupun pengunjung yang baru pertama kali berkunjung yang secara kebetulan ditemui di lokasi penelitian dan bersedia mengisi kuesioner. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, yang dinilai telah memenuhi kebutuhan minimum penelitian deskriptif untuk memperoleh gambaran umum tingkat kepuasan pengunjung (Hossan et al., 2023).

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner tertutup dengan skala *Likert* lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Instrumen penelitian disusun untuk mengukur kepuasan pengunjung berdasarkan dua variabel utama, yaitu fasilitas religius dan pelayanan takmir, yang dikembangkan dari konsep kepuasan pengunjung sebagai hasil perbandingan antara harapan dan pengalaman aktual (Kotler & Keller, 2016).

Dalam penelitian ini, penyusunan dimensi dan indikator mengacu pada adaptasi model SERVQUAL yang mencakup lima dimensi kualitas layanan, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* dalam literatur layanan kontemporer. Namun demikian, penelitian ini tidak mengadopsi kelima dimensi tersebut secara terpisah, melainkan mengelompokkannya ke dalam dua variabel yang disesuaikan dengan konteks wisata religi berbasis masjid.

Variabel fasilitas religius merepresentasikan dimensi *tangibles*, yang berkaitan dengan kondisi fisik dan sarana pendukung ibadah. Indikator yang digunakan meliputi:

1. Kebersihan dan kenyamanan ruang salat,
2. Kelengkapan dan kebersihan perlengkapan ibadah seperti Al-Qur'an, mukena, sajadah, dan sarung,
3. Kebersihan dan kelengkapan tempat wudhu,
4. Keamanan dan kenyamanan loker penitipan barang, serta

5. Ketersediaan fasilitas pendukung seperti makanan (misalnya setiap hari Jumat, saat bulan puasa untuk berbuka dan sahur) atau minuman dengan 3 pilihan: kopi, teh, dan jahe hangat bagi pengunjung yang disajikan secara rutin.

Variabel pelayanan takmir merepresentasikan dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* dalam SERVQUAL, yang berkaitan dengan kualitas interaksi dan pelayanan pengelola masjid.

Sebelum digunakan dalam penelitian utama, instrumen terlebih dahulu diujicobakan kepada 30 responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian. Uji coba ini bertujuan untuk memastikan validitas dan reliabilitas instrumen, di mana jika nilai koefisien korelasi (*r* hitung) lebih besar dari *r* tabel, maka dinyatakan valid dan nilai *Cronbach's Alpha* di atas atau sama dengan 0,70 mengindikasikan bahwa instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan layak digunakan dalam penelitian (Creswell & Creswell, 2017).

Kemudian, data yang diperoleh dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan menghitung nilai rata-rata (*mean*) dan persentase untuk setiap indikator (Hossan et al., 2023). Hasil analisis deskriptif tersebut peneliti gunakan untuk mengklasifikasikan tingkat kepuasan pengunjung ke dalam kategori tertentu, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kualitas fasilitas, arsitektur, dan pelayanan takmir Masjid Ar-Rahman Blitar sebagai destinasi wisata religi. Teknik analisis ini sesuai untuk penelitian deskriptif yang berfokus pada pemaparan kondisi empiris tanpa melakukan pengujian hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum penyajian hasil utama, terlebih dahulu disampaikan hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan layak dan konsisten dalam mengukur variabel penelitian.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum pengambilan data, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan kualitas data yang diperoleh. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson, yang menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai *r* hitung yang lebih besar dari *r* tabel, sehingga seluruh indikator dinyatakan

valid, sedangkan uji reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan pelayanan takmir memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70, yang berarti instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan reliabel, layak digunakan untuk pengambilan data lebih lanjut (Creswell & Creswell, 2017).

Hasil Analisis Kepuasan Pengunjung terhadap Fasilitas Masjid

Berdasarkan tanggapan pengunjung terhadap fasilitas yang disediakan di Masjid Ar-Rahman Blitar, diperoleh bahwa tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan berada pada kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata mean sebesar 4,62 pada skala 1 sampai 5.

Tabel 1 menyajikan distribusi tingkat kepuasan pengunjung terhadap masing-masing indikator fasilitas yang diteliti.

Tabel 1. Tingkat Kepuasan Pengunjung terhadap Fasilitas Masjid

No	Aspek Fasilitas	Mean
1	Kebersihan dan kenyamanan ruang salat	4,68
2	Kebersihan dan Kelengkapan Perlengkapan salat (Al-Qur'an, mukena, sajadah, sarung)	4,65
3	Kebersihan dan kenyamanan tempat wudhu	4,64
4	Keamanan dan kenyamanan loker penitipan barang	4,50
5	Ketersediaan makanan/minuman gratis	4,62
Rata-rata Keseluruhan		4,62

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa seluruh aspek fasilitas memperoleh nilai mean di atas 4,50, yang mengindikasikan tingkat kepuasan yang sangat tinggi. Aspek kebersihan dan kenyamanan ruang salat memiliki nilai tertinggi (4,68), diikuti oleh perlengkapan salat (4,65) dan kebersihan tempat wudhu (4,64). Sementara itu, aspek dengan nilai terendah adalah keamanan dan kenyamanan loker penitipan barang (4,50), meskipun tetap berada dalam kategori sangat baik. Temuan ini menunjukkan bahwa seluruh fasilitas telah memenuhi ekspektasi pengunjung secara konsisten.

Hasil Analisis Kepuasan Pengunjung terhadap Pelayanan Takmir Masjid

Berdasarkan hasil analisis survei terkait kepuasan pengunjung terhadap pelayanan takmir di Masjid Ar-Rahman Blitar, diperoleh gambaran bahwa tingkat kepuasan pengunjung secara keseluruhan cukup baik dengan nilai rata-rata mean sebesar 3,90 pada skala 1 sampai 5. Nilai ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengunjung merasa cukup puas, namun masih terdapat beberapa aspek pelayanan yang perlu

ditingkatkan agar memenuhi ekspektasi pengunjung secara optimal. Rincian tingkat kepuasan terhadap berbagai aspek pelayanan takmir tersebut disajikan pada Tabel 2.

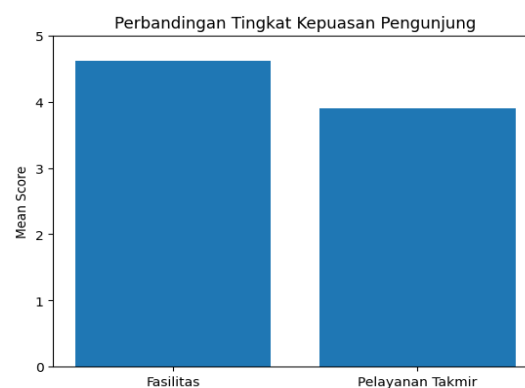
Tabel 2. Tingkat Kepuasan Pengunjung terhadap Pelayanan Takmir masjid

No	Aspek Pelayanan Takmir	Mean
1	Sikap ramah dan sopan takmir	4,20
2	Sikap membantu (<i>helpful</i>)	4,15
3	Sikap empati (<i>empathy</i>)	3,80
4	Kecepatan pelayanan dan respons terhadap kebutuhan	3,75
5	Kejelasan dalam memberikan informasi/arah	3,70
6	Sikap tanggap mengingatkan jika ada hal yang salah dari pengunjung	3,85
Rata-rata Keseluruhan		3,90

Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 2, tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan takmir Masjid Ar-Rahman Blitar berada pada kategori cukup baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,90. Seluruh aspek pelayanan menunjukkan nilai yang relatif tinggi, dengan sikap ramah dan sopan memperoleh nilai tertinggi (4,20), diikuti sikap membantu (4,15), sedangkan aspek kejelasan informasi (3,70) dan kecepatan respons (3,75) menjadi nilai terendah. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan takmir telah berjalan dengan baik dalam aspek interpersonal, namun masih perlu peningkatan pada aspek komunikasi dan responsivitas agar dapat memenuhi ekspektasi pengunjung secara lebih optimal.

Untuk memperjelas perbandingan tingkat kepuasan antardimensi, Gambar 1 menyajikan diagram batang yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan terhadap fasilitas ($mean = 4,62$) lebih tinggi dibandingkan dengan pelayanan takmir ($mean = 3,90$).



Sumber: (Hasil Penelitian, 2025)

Gambar 1. Perbandingan Tingkat Kepuasan Pengunjung

Berdasarkan hasil pada Gambar 1, mengindikasikan bahwa aspek fasilitas telah dikelola dengan sangat baik oleh Masjid Ar-Rahman Blitar, sementara aspek pelayanan masih memerlukan peningkatan, khususnya pada dimensi responsivitas dan kejelasan informasi. Dari hasil tingkat kepuasan pengunjung terhadap fasilitas yang ada di Masjid Ar-Rahman Kota Blitar, kebersihan dan kenyamanan ruang salat memperoleh nilai tertinggi, diikuti oleh perlengkapan salat dan kebersihan tempat wudhu. Temuan ini menegaskan bahwa aspek kebersihan dan kenyamanan merupakan determinan utama dalam membentuk kepuasan pengunjung. Dalam literatur wisata religi, kebersihan tidak hanya dipahami sebagai aspek fisik, tetapi juga memiliki dimensi spiritual yang berkaitan dengan kesucian dalam ibadah.

Pengelolaan fasilitas yang baik, yang bersih, nyaman, dan aman tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional jamaah, tetapi juga meningkatkan pengalaman emosional dan spiritual pengunjung (Prasasti, 2025). Selain itu, juga memberikan pengalaman yang menyenangkan yang membuat wisatawan tertarik berkunjung kembali (Hernawati, 2025).

Tersedianya perlengkapan salat seperti mukena, sajadah, sarung yang bersih dan terawat di mana habis dipakai satu orang langsung diletakkan di wadah berbeda signifikan dalam mendukung aktivitas ibadah yang khusyuk dan nyaman (Prasasti, 2025; Sariani & Lubis, 2024).

Fasilitas pendukung seperti loker sebagai tempat menyimpan barang seperti sepatu, sandal, tas, atau barang lainnya dengan kunci yang diberi nomor sesuai loker masing-masing dan kuncinya dapat dibawa pengunjung sendiri menambah rasa aman dalam melakukan kegiatan ibadah.

Ketersediaan makanan dan minuman pada waktu-waktu tertentu, seperti setelah salat Jumat, saat berbuka puasa, maupun sahur di bulan Ramadan, tidak hanya berupa takjil tetapi juga makanan dalam bentuk nasi kotak, memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pengunjung (Sariani & Lubis, 2024).

Lebih lanjut, berdasarkan hasil penelitian terhadap kepuasan pengunjung pada pelayanan takmir, diketahui bahwa secara umum pelayanan takmir telah berjalan dengan baik, khususnya dalam aspek interpersonal, namun masih terdapat variasi pada aspek komunikasi dan responsivitas. Dalam konteks ini, pelayanan publik, termasuk dalam wisata religi, sangat dipengaruhi oleh dimensi kualitas layanan seperti empati, responsivitas, dan komunikasi

yang efektif (Saimona et al., 2024; Wahyuni, 2021).

Sikap ramah dan sopan takmir memperoleh nilai tertinggi dalam penelitian ini, yang menunjukkan bahwa interaksi interpersonal antara takmir dan pengunjung telah berjalan dengan sangat baik. Dalam perspektif kualitas layanan, sikap ramah mencerminkan dimensi *assurance* yang berkaitan dengan kemampuan memberikan rasa nyaman dan kepercayaan kepada pengguna layanan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Saimona et al. (2024) dan Wahyuni (2021) yang menegaskan bahwa keramahan merupakan faktor utama dalam membangun kepuasan dalam pelayanan publik, termasuk dalam konteks wisata religi.

Sikap membantu (*helpful*) juga memperoleh nilai tinggi, yang menunjukkan bahwa takmir memiliki kesiapan dalam memberikan bantuan kepada pengunjung sesuai kebutuhan. Hal ini mencerminkan dimensi *empathy*, yaitu perhatian dan kepedulian terhadap pengguna. Dalam konteks wisata religi, sikap membantu menjadi penting karena pengunjung tidak hanya membutuhkan layanan teknis, tetapi juga dukungan sosial yang meningkatkan kenyamanan selama beribadah (Saimona et al., 2024; Wahyuni, 2021).

Sikap empati (*empathy*) menunjukkan nilai yang cukup baik, yang mengindikasikan bahwa takmir mampu memahami kebutuhan dan kondisi pengunjung. Empati merupakan elemen penting dalam pelayanan berbasis humanis, karena berkontribusi dalam menciptakan suasana yang nyaman dan kondusif (Rahayu & Ester, 2023).

Kecepatan pelayanan dan respons terhadap kebutuhan menunjukkan nilai yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Dalam model SERVQUAL, aspek ini termasuk dalam dimensi *responsiveness*, yang berkaitan dengan kesiapan dalam memberikan layanan. Studi religi. Nofiyanti et al. (2025) menunjukkan bahwa respons yang cepat dan tepat waktu sangat penting dalam meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung, karena dapat meminimalkan ketidakpastian selama berada di lokasi wisata.

Kejelasan dalam memberikan informasi atau arahan merupakan indikator yang perlu ditingkatkan. Aspek ini berkaitan dengan dimensi *reliability*, yaitu kemampuan memberikan layanan secara akurat yang dapat dipahami dengan mudah yang bisa membantu pengunjung untuk menjalankan aktivitas ibadah dengan lebih terarah dan nyaman (Saimona et al., 2024).

Sikap tanggap dalam mengingatkan pengunjung menunjukkan nilai yang cukup baik, yang mencerminkan adanya keseimbangan antara ketegasan dan pendekatan humanis dalam pelayanan, misalnya menegur kaum perempuan untuk tidak bermakeup di ruang salat tetapi membolehkannya di area luar. Dalam konteks masjid, sikap ini penting untuk menjaga ketertiban sekaligus tetap menghargai kenyamanan pengunjung. Menurut Rahayu & Ester (2023), pendekatan yang bijaksana dalam memberikan arahan atau teguran merupakan bagian dari pelayanan yang berorientasi pada nilai sosial dan spiritual.

Sebagai sintesis dari seluruh temuan tersebut, dapat ditegaskan bahwa kepuasan pengunjung di Masjid Ar-Rahman Blitar terbentuk melalui kombinasi antara kualitas fasilitas fisik dan kualitas pelayanan takmir yang bersifat interpersonal. Kebersihan, kenyamanan, serta kelengkapan fasilitas berperan sebagai fondasi utama dalam mendukung aktivitas ibadah.

Sementara sikap ramah, empati, dan kesediaan membantu dari takmir memperkuat pengalaman emosional dan spiritual pengunjung. Namun demikian, aspek komunikasi, kejelasan informasi, dan kecepatan respons masih perlu dioptimalkan agar tercapai kualitas layanan yang lebih komprehensif dan seimbang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis survei, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung terhadap fasilitas Masjid Ar-Rahman Blitar berada pada kategori sangat tinggi. Sementara itu, kepuasan terhadap pelayanan takmir menunjukkan bahwa pelayanan baik, terutama pada aspek sikap ramah dan sopan. Namun, terdapat beberapa aspek pelayanan seperti kejelasan informasi dan kecepatan respons yang masih perlu ditingkatkan agar dapat memenuhi harapan pengunjung secara optimal.

Dari hasil tersebut, pengelola masjid disarankan untuk terus mempertahankan standar kebersihan dan kelengkapan fasilitas sebagai modal utama dalam mendukung kenyamanan pengunjung dan pengembangan pariwisata religi. Pelatihan dan pembinaan bagi takmir masjid sangat penting, khususnya dalam meningkatkan kemampuan komunikasi, kecepatan respons, dan sikap empati agar pelayanan yang diberikan semakin optimal dan sesuai harapan jamaah. Selain itu, peningkatan sistem informasi melalui penyediaan media informasi yang jelas dan mudah diakses oleh

pengunjung akan membantu memperbaiki aspek kejelasan informasi. Penelitian lanjutan juga disarankan untuk mengkaji aspek lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, seperti aksesibilitas dan fasilitas pendukung lainnya guna mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang pengalaman wisata religi di Masjid Ar-Rahman.

REFERENSI

- Alfiana, N., Miftitah, F. A. N., Sujianto, A. E., & Mashudi (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pengunjung Rumah Ibadah (Studi Kasus: Masjid Ar-Rahman Blitar). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT)*, 2(2), 144-149. <https://doi.org/10.55826/tmit.v2i2.175>
- Creswell, J. W., & Creswell, D. J. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications Inc.
- Haryadi, E. A. (2024). *Pengaruh Daya Tarik Wisata Religi Terhadap Kepuasan Pengunjung di Masjid Istiqlal Jakarta* [Skripsi S1]. Institut Pariwisata Trisakti.
- Hernawati, R. (2025). Citra Destinasi dan Minat Berkunjung Kembali; Analisis Moderasi Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, 4(2), 135-143. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v4i2.7477>
- Hossan, D., Mansor, Z. D., & Jaharuddin, N. S. (2023). Research Population and Sampling in Quantitative Study. In *International Journal of Business and Technopreneurship (IJBT)*, 13(3), 209-222. <https://doi.org/10.58915/ijbt.v13i3.263>
- Jaeni, Subiantoro, I. H., Rudiana, M., Wiresna, A. G., & Sila, G. E. (2025). Pembangunan dan Penataan Wisata Religi Berbasis Seni Budaya Lokal. *International Journal of Community Service Learning*, 9(1), 131-141. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v9i1.86549>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kusumaningtyas, M., & Ulfah, I. F. (2024). Pilgrimage Tourism to Wali Tombs and Halal Destination Management Based on Sharia Values. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 8(2), 129-141. <https://doi.org/10.21070/perisai.v8i2.1747>

- Nofiyanti, Masduki, A., & Fajrin, A. (2025). Pengaruh Strategi Komunikasi terhadap Kepuasan Pelanggan. Studi Literature dalam konteks Hubungan Bisnis. *Jurnal Ilmu Social Management, Akutansi Dan Bisnis*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.70508/4gbhrz30>
- Prasasti, A. Z. (2025). Analisis Tingkat Kepuasan Pengunjung atas Objek Wisata Religi Gua Maria Tritis. *Jurnal Atma Sosiologika*, 2(1), 79-106. Retrieved from <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jas/article/view/11235>
- Purba, R. H., & Nursiah, N. (2025). Pengaruh Citra Wisata dan daya Tarik terhadap Keputusan Berkunjung pada Object Velangkanni Medan. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, 4(2), 123–134. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v4i2.7338>
- Rahayu, A., & Ester, R. S. (2023). Bukti Fisik, Daya Tanggap dan Empati dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Studio Shutterkeep Photography Cileungsi. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3(02), 137–146. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v3i02.265>
- Rizky, R. W. P., & Mulia, M. A. (2024). The Social Change of the Ar-Rahman Mosque in the City of Blitar against the Economic Enrichment of the Society. *CONSEN: Indonesian Journal of Community Services and Engagement*, 4(1), 127–134. <https://doi.org/10.57152/consen.v4i1.1327>
- Rosyadi, Z. (2023). Masjid Ar-Rahman Kota Blitar; Keunikan dan Destinasi Wisata Religi. *Sinda*, 3(1), 9–14. <https://doi.org/10.28926/sinda.v3i1>
- Rukmana, F. I., Najwah, N., & Yuzar, S. K. (2024). The Transformation of Mosques as Religious Tourism Destinations in Indonesia: An Examination into Hadiths. *Journal Contemplate*, 5(1), 33–48. <https://doi.org/10.53649/contemplate.v5i01.639>
- Saimona, N., Ulfah, Y. F., Nugroho, N. A. S., Alhasbi, F., & Faraba, K. S. A. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Jamaah Umroh di Hajar Aswad Mubaroq. *Pawarta: Journal of Communication and Da'wah*, 2(1), 53–64. <https://doi.org/10.54090/pawarta.334>
- Sariani, T., & Lubis, A. L. (2024). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Pengunjung Masjid Sultan Mahmud Ri'ayat Shah Kota Batam. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 7(3), 1–15. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i3.85296>
- Sinaga, N., Koto, M., Tanjung, A., Panggabean, N., & Riwayani, R. (2024). IMPLIKASI POTENSI WISATA BERBASIS EKONOMI KREATIF TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 7(2), 1475-1481. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1641>
- Wahyuni, A. (2021). *Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Jama'ah Bimbingan Manasik Haji (Studi Kasus KBIH Ar-Raudhah Kota Bengkulu)*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.