

PERUBAHAN PERILAKU BERAGAMA MASYARAKAT PULAU TIDUNG KEPULAUAN SERIBU SETELAH DIJADIKAN OBJEK PARIWISATA

Maria Ulfah dan Yuli Marlina
Universitas Islam Jakarta

ulfah1491@gmail.com dan yulie.marlina@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the extent of the impact of community religious behavior at Tidung Island kepulauan Seribu Indonesia after being made as the object of tourism. This study uses "r" product moment to find the correlation of the relationship of behavior changed in society. The researcher found that the religious behavior changed at Tidung Island community after being used as tourism object is 0,519. This can be seen from the amount of "r_o" with "r_t" as known r_o that the researchers obtained is 0.519, while r_t respectively 0.304 and 0.393. Thus it turns out that r_o > r_t is at a sufficient level of 5% the result is the Nol Hypothesis was rejected, whereas Alternative Hypothesis is accepted or approved. This indicates that there is influence of religious behavior change at Tidung Island Kepulauan Seribu after becoming tourism object. While the factors that influence the religious behavior changed there are (a) internal factors (factors from within), its biological factors and psychological factors. In addition the psychological factors include: talent, instinct, lust, character, heredity, and intuition. (b) External factors (factors from outside), such as; the family environment, school environment and community environment.

Keywords: *religious behavior changes, society, tourism.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana dampak perilaku beragama masyarakat di pulau tidung kepulauan seribu setelah dijadikan objek pariwisata. Penelitian ini memakai metode "r" *product moment* untuk mencari korelasi perubahan perilaku dengan pariwisata. Peneliti menemukan bahwa perubahan perilaku beragama masyarakat Pulau Tidung Kepulauan Seribu setelah dijadikan objek pariwisata sebesar 0,519. Hal ini dapat dilihat dari besarnya "r_o" dengan "r_t" seperti yang diketahui r_o yang peneliti peroleh adalah 0,519, sedangkan r_t masing-masing 0,304 dan 0,393. Dengan demikian ternyata bahwa r_o > r_t pada taraf cukup 5% maka Hipotesis Nihil ditolak, sedangkan Hipotesis Alternatif diterima atau disetujui. Hal ini menandakan terdapat pengaruh perubahan perilaku masyarakat beragama di Pulau Tidung Kepulauan Seribu setelah dijadikan objek pariwisata. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku beragama, yaitu : (a) faktor *internal* (faktor dari dalam), yakni Faktor biologis dan faktor psikologis. Adapun aktor psikologi meliputi: bakat, insting, nafsu, karakter atau watak, hereditas atau keturunan, dan intuisi. (b) Faktor *eksternal*, yakni lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat.

Kata Kunci: Perubahan perilaku beragama, masyarakat, objek wisata



A. Pendahuluan

Masyarakat dunia dewasa ini sedang bergelut menghadapi era kesejagatan, yaitu era globalisasi yang diwarnai oleh derasnya arus komunikasi, informasi, dan transportasi. Berbagai informasi begitu cepat terkomunikasi, sehingga peristiwa yang terjadi di belahan bumi lainnya dapat disimak. Arus transportasi yang begitu lancar, memicu siklus pergerakan manusia di dunia yang memungkinkan terjadinya proses transformasi dan perembesan nilai-nilai budaya, sosial, dan religi dari satu negara ke negara lainnya yang berakibat lanjut kepada pergeseran tatanan nilai kehidupan manusia itu sendiri.

Gaug global yang memunculkan dua alternatif peluang dan atau ancaman itu yang harus diantisipasi dengan mengambil langkah-langkah terencana dan tindakan nyata agar ancaman dan tantangan tersebut dijadikan peluang yang membawa keberuntungan. Salah satu alternatif sebagai peluang yang cukup menjanjikan adalah sektor pariwisata dapat dijadikan pilihan solusi terbaik, karena sebagai sebuah industri, pariwisata banyak membawa efek (*multiplier effect*) dalam pembangunan di berbagai sektor serta diyakini sebagai sebuah industri masa depan yang mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat ke arah yang lebih baik.

Di beberapa negara, pariwisata merupakan sektor penting sebagai industri yang dipercaya dapat meningkatkan devisa negara (*foreign exchanges*) dan sekaligus dapat menyedot kesempatan kerja bagi masyarakat setempat. Kesadaran masyarakat dunia terhadap pengembangan pariwisata sebagai suatu industri yang multidimensi itu menyebabkan banyak negara memposisikan pariwisata sebagai sumber pendapatan utama, sehingga memicu berkembangnya sektor-sektor swasta, serta pembangunan infrastruktur; dan ternyata sektor pariwisata di negara-negara berkembang cukup berkhasiat dalam upaya mendorong pembangunan ekonomi seperti industri manufaktur, ekspor sumber daya alam dan sektor-sektor bernilai komersial lainnya. Dari perspektif pengembangan pariwisata global, hal tersebut menjadi indikasi real bahwa pengembangan industri pariwisata di negara-negara berkembang mendapat perhatian serius bagi pemerintah sebagai industri primadona. Gambaran pariwisata pada level internasional, total penerimaan kedatangan diperkirakan mencapai 563 juta wisatawan dari seluruh dunia sementara total pendapatan dari pariwisata internasional mencapai angka US\$ 399 miliar. Angka kedatangan wisatawan internasional diprediksikan akan



mengalami peningkatan terus-menerus, pada tahun 2000 WTO memperkirakan sebanyak 702 juta wisatawan mancanegara yang datang, kemudian pada tahun 2010 diperkirakan dapat mencapai 1.108 juta wisatawan. (Chuck; 1999: 3)

Di Indonesia sendiri, pariwisata telah menampilkan peranannya dengan nyata dalam memberikan kontribusinya terhadap kehidupan ekonomi, sosial dan budaya bangsa. Kesempatan kerja bagi orang-orang terampil di bidang ini makin bertambah jumlahnya, pendapatan negara dari sektor pajak dan devisa makin meningkat, keadaan sosial masyarakat yang terlibat dalam sektor ini makin baik, kebudayaan bangsa makin memperoleh apresiasi.

Disatu sisi, sulit diingkari bahwa pariwisata itu mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat. Di sisi lain harus diakui pula bahwa, pariwisata banyak diboncengi dampak negatif yang menyentuh berbagai aspek kehidupan manusia yang kadang tidak sesuai, bahkan bertentangan dengan tatanan kehidupan sosial, budaya dan agama masyarakat serta harkat hidup manusia itu sendiri.

Dampak lain yang ditimbulkan pariwisata yang sering disebut sebagai *multiplier effect*, menyusup juga ke aspek-aspek di luar ekonomi seperti sosial, budaya, dan religi. Pada aspek budaya, industri pariwisata memiliki hubungan yang tidak bisa dipisahkan satu dengan lainnya. Budaya dan pariwisata dalam interaksinya berada dalam level ganda, yaitu pada level pertama; pola kebudayaan dalam masyarakat bisa mempengaruhi kemampuan dan keinginan mereka untuk berwisata; dan pada level kedua, budaya bisa menyediakan berbagai jenis atraksi wisata dalam sebuah sistem pariwisata seperti kegiatan budaya, event, produk wisata yang kesemua itu merupakan motivasi kuat bagi wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata.

Perilaku Beragama

Pulau Tidung merupakan pulau terbesar dalam gugusan pulau-pulau di Kepulauan Seribu. Pulau ini memiliki luas 109 hektar dengan jumlah penduduk 4160 jiwa. Menurut masyarakat setempat, nama Pulau Tidung berasal dari kata Tidung, yang artinya tempat berlindung, karena pulau ini sering dijadikan sebagai tempat untuk berlindung dari para bajak laut atau perompak.

Akan tetapi masyarakat Pulau Tidung yang berjumlah 4160 jiwa dan semuanya atau 100 % beragama Islam dan penduduknya bermazhab Imam Syafi'i dan berbasis

Nahdlatul Ulama Ahlus Sunnah Wal Jama'ah.(Dokumentasi Kantor Kelurahan Pulau Tidung Kec. Kepulauan Seribu Selatan Kab. Adm. Kepulauan Seribu, Maret 2015.

Perilaku sering disebut juga dengan tingkah laku, secara etimologi perilaku adalah tanggapan atau tradisi individu terhadap rangsangan atau lingkungan (Depdikbud; 1994: 755). Kata perilaku dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya anggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. (Kamus Besar Bahasa Indonesia; 2008:1056) Menurut Skinner seorang ahli psikologi mengatakan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan) dari luar. (Ahmadi; 2007:152)

Dari pengertian di atas perilaku yaitu suatu fungsi dari interaksi antara seseorang individu dengan lingkungannya, baik yang diamati secara langsung ataupun yang diamati secara tidak langsung. Pada umumnya manusia berbeda, karena dipengaruhi oleh kemampuan yang tidak sama. Pada dasarnya kemampuan ini amat penting diketahui untuk memahami mengapa seseorang berbuat dan berperilaku berbeda dengan yang lain. Jadi dengan kata lain perilaku adalah apa yang dikerjakan oleh organisme yang bersangkutan.

Definisi agama menurut Durkheim adalah suatu “sistem kepercayaan dan praktek yang telah dipersatukan yang berkaitan dengan hal-hal yang kudus kepercayaan-kepercayaan dan praktek-praktek yang bersatu menjadi suatu komunitas moral yang tunggal. (<https://aliseptionsyah.wordpress.com>)

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pengertian agama ada dua unsur yang penting, yang menjadi syarat sesuatu dapat disebut agama, yaitu “sifat kudus” dari agama dan “praktek-praktek ritual” dari agama. Agama tidak harus melibatkan adanya konsep mengenai suatu makhluk supranatural, tetapi agama tidak dapat melepaskan kedua unsur di atas, karena ia akan menjadi bukan agama lagi, ketika salah satu unsur tersebut terlepas. Di sini terlihat bahwa sesuatu dapat disebut agama bukan dilihat dari substansi isinya tetapi dari bentuknya, yang melibatkan dua ciri tersebut.

Menurut Elizabeth K. Nottingham perilaku keagamaan adalah usaha-usaha manusia untuk mengukur dalamnya makna dari keberadaan diri dan keberadaan alam semesta. Selain itu agama dapat membangkitkan kebahagiaan batin yang sempurna.



Meskipun perhatian melibatkan dirinya dalam masalah-masalah kehidupan sehari-hari di dunia (Jalaludin, 2000 : 237).

Dapat disimpulkan bahwa perilaku beragama merupakan suatu kesatuan perbuatan dari manusia yang berarti, dimana setiap tingkah laku manusia merupakan respon terhadap tingkah laku yang diperbuatnya dalam kehidupan sehari-hari baik dalam hubungannya dengan Allah SWT, sesama muslim, maupun dengan lingkungannya. Dengan mengaktualisasikan ajaran agama Islam diharapkan akan lebih bermoral, peka terhadap lingkungan, bertanggung jawab, serta bertawakal dalam menjalani kehidupan dengan nilai-nilai yang terkandung dengan ajaran agama Islam.

Bentuk-Bentuk Perilaku Keagamaan

Berdasarkan pengertian perilaku keagamaan tersebut di atas, maka hal tersebut dapat diwujudkan dalam berbagai kehidupan manusia, bukan hanya sekedar melakukan ritual, namun juga segala aktivitas yang didorong oleh kekuatan supranatural. Bentuk daripada perilaku keagamaan seseorang dapat diketahui daripada praktek agamanya, dimana ketiaan dan hal-hal yang dilakukan sesuai dengan apa yang diperoleh dari agamanya. Perilaku keagamaan adalah aktifitas manusia dalam kehidupan berdasarkan atas nilai-nilai ajaran agama Islam atau pelaksanaan dari seluruh ajaran agama Islam. Bentuk-bentuk perilaku keagamaan seseorang diantaranya :

1. Ibadah Salat

Ibadah sholat baik fardhu maupun yang berbentuk sunnah, namun dalam hal ini ibadah sholat yang berkaitan dengan sholat dengan berjamaah. Secara harfiah kata sholat berasal dari bahasa Arab, yaitu isim masdar dari fi'il madhi sholla yang berarti do'a dan mendirikan sholat (Yunus; 1973 : 220).

Yang dimaksud sholat disini adalah ibadah khusus yang terdiri dari perkataan-perkataan dalam perbuatan-perbuatan tertentu yang dimulai dengan takbir dan diakhiri dengan salam menurut beberapa syarat tertentu yang dianjurkan oleh Rasulullah SAW (Manat; 1993 :31).

Salat merupakan bentuk daripada pengabdian manusia dengan tuhan yang harus dikerjakan oleh umat Islam dimanapun dan dengan kondisi yang bagaimanapun. Orang Islam yang taat adalah orang Islam yang mengerjakan ibadah sholat dengan ikhlas tidak ada paksaan dan hanya ingin mendapat ridho dari Allah SWT.

2. Kepedulian sosial

Dalam kehidupan bermasyarakat tentunya kita juga harus mempunyai bentuk kepedulian sosial. Kepedulian sosial; ini merupakan perilaku berbentuk sosial, Artinya perilaku –perilaku yang ditunjukkan untuk berhubungan dengan sesama manusia (hablumminannas) misalnya saling tolong menolong ,saling menghormati. Firman Allah SWT (Q.S. Al-Maidah : 2) yang artinya : “ *Dan tolong menolonglah kamu dalam kebaikan dan taqwa dan jangan tolong menolong kamu dalam dosa dan permusuhan*” (Q.S. A- Maidah : 2).

3. Akhlak Sebagai Bentuk Perilaku Keagamaan

Akhlak secara etimologi berarti budi pekerti, perangai, tingkah laku atau tabiat. Menurut istilah “Akhlak” adalah usaha manusia untuk memakai akal budi dan daya pikirnya untuk memecahkan masalah bagaimana ia harus hidup kalau ia mau menjadi baik (Mustofa; 2004 :1- 3).

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa bentuk-bentuk perilaku beragama dapat diketahui dari kepribadian sifat-sifat yang muncul atau tampak pada tindakan dan pekerjaan, seorang akan tekun melakukan ibadah bila terdapat lingkungan yang mendukungnya dan begitu sebaliknya. Ajaran agama mengandung hal-hal yang bertujuan untuk keselamatan dan mengangkat derajat manusia ke arah pribadi yang mulia. Maka pendidikan keluarga akan agama sangatlah penting, artinya dalam ajaran islam memandang bahwa keluarga bukan hanya sekelompok kecil dalam kepentingan material saja, melainkan sebagai lembaga yang dapat memberikan arahan kebahagiaan baik dunia maupun akhirat.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Keagamaan

1. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang berasal dalam diri manusia itu, yaitu selektivitasnya sendiri, daya pilihnya sendiri, atau minat perhatiannya untuk menerima dan mengolah pengaruh-pengaruh yang datang dari luar dirinya itu. (Gerungan; 1988 : 155)



Menurut Jalaluddin Rahmat, bahwa faktor internal ini digaris besarkan pada dua faktor, yaitu faktor biologis dan faktor psikologis. (Rahmat; 1996: 34).

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal dapat di kategorikan kepada tiga golongan yaitu; lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, dan lingkungan sekolah.

- a. Keluarga merupakan lingkungan utama bagi santri, oleh karena itu peranan keluarga (orang tua) dalam pengembangan kesadaran beragama santri sangatlah dominan. Mengenai pentingnya peranan orang tua dalam pendidikan agama bagi anak, Nabi Muhammad.SAW bersabda; *Setiap anak yang dilahirkan dari keadaan fitrah maka kedua orang tuanyalah anak itu menjadi yahudi, nasrani atau majusi* (Mustofa; 1983 : 172).
- b. Yang dimaksud lingkungan masyarakat adalah situasi atau kondisi interaksi sosial dan sosio kultural yang secara potensial berpengaruh terhadap perkembangan fitrah keagamaan. Hurlock mengemukakan standar atau aturan – aturan kelompok memberikan pengaruh kepada pandangan moral dan tingkah laku para anggota-anggotanya. Corak perilaku anak merupakan cermin dan perilaku warga masyarakat pada umumnya (Jaelani; 2000 : 15). Perilaku atau akhlak orang dewasa yang menunjang bagi perkembangan kesadaran beragama santri adalah mereka yang taat melaksanakan ajaran agama. Separuh agama, menjalin persaudaraan, saling menolong, jujur. Juga sikap dan perilaku yang dilarang agama seperti permusuhan, saling mencurigai, munafik, mengambil hak orang lain dan perilaku maksiat lainnya (Faqih; 2000 : 16).
- c. Yang dimaksud lingkungan sekolah adalah; Sekolah merupakan lembaga pendidikan formal yang mempunyai program sistematis dalam melaksanakan bimbingan pengajaran dan latihan kepada murid, agar mereka berkembang sesuai potensinya yang menyangkut aspek fisik, psikis (*intelektual dan emosional*), sosial maupun moral spiritual. Menurut Hurlock, sekolah mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap kepribadian santri karena sekolah merupakan substitusi dari keluarga dan guru substitusi dari orang tua. (Jaelani; 2000 : 16).

Faktor-faktor di atas adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi motivasi belajar siswa. Faktor-faktor tersebut terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa jika kondisi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku beragama masyarakat dalam kondisi yang positif, baik faktor internal maupun faktor eksternal, maka dapat dipastikan perilaku beragama masyarakat tetap kuat sesuai dengan yang telah disayri'atkan oleh agama. Tetapi sebaliknya, jika faktor-faktor tersebut dalam kondisi yang negatif didapati, maka dapat dipastikan perilaku tersebut akan menemui banyak masalah dalam menjalani kehidupannya. Walaupun yang sangat mendominasi perubahan perilaku beragama masyarakat terutama dari faktor internal bukan berarti faktor eksternal tidak baik atau jelek, kegiatan belajar tetap penting, sebab kemungkinan besar keadaan masyarakat itu dinamis.

Strategi Mengatasi Dampak Negatif Perubahan Perilaku Beragama

Beberapa upaya yang mampu mencegah, mengantisipasi, dan mengatasi perubahan perilaku beragama dalam masyarakat. Berikut ini upaya pencegahan dan mengatasi penyimpangan tersebut:

1. Penanaman nilai dan norma terhadap anak
2. Penanaman nilai-nilai ketuhanan
3. Pelaksanaan peraturan tidak memihak dan tegas
4. Pembentukan kepribadian yang kuat
5. Melaksanakan penyuluhan-penyuluhan dan rehabilitasi
6. Mengembangkan kegiatan-kegiatan positif
7. Mengembangkan kerukunan antar warga masyarakat.

(<http://khairulazharsaragih.blogspot.com>)

Untuk menghindari terjadinya penyimpangan sikap keagamaan, ada beberapa solusi alternatif, antara lain :

- a. Menyajikan agama dengan performa yang senantiasa menarik
- b. Menyajikan agama dalam bentuk sesuatu kebenaran yang tidak pernah bergeser dan senantiasa teruji dan dapat diuji.
- c. Mengupayakan pengangkatan status sosial pengikut suatu agama.



d. Menampilkan nilai/ norma agama dengan mengedepankan apa yang dinilai sangat positif bagi kemaslahatan kehidupan masyarakat. (Bastaman:1995)

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pentingnya memperhatikan masalah status sosial dalam kehidupan beragama adalah hal yang mutlak dilakukan, jika tidak diinginkan adanya mereka yang merubah sikap keagamaan ke arah penyimpangan dari nilai dan norma sebelumnya, karena melihat kemungkinan perbaikan pada status sosialnya. Hal ini juga telah disampaikan Rasul SAW bahwa 'kefakiran dekat dengan kekufuran, dan kekufuran berarti penyimpangan dari sikap sebelumnya. Karenanya kehidupan keagamaan juga harus mengedepankan kemaslahatan kehidupan masyarakat,

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa perubahan perilaku masyarakat beragama adalah segala aktifitas atau aspek perilaku yang didasarkan pada nilai-nilai agama. Untuk mewujudkan satuan perilaku keagamaan diperlukan suatu proses panjang yang menyangkut dimensi kemanusiaan baik pada aspek kejiwaan perorangan maupun kehidupan kelompok. Perilaku keberagamaan dalam psikologi islam sangat berpengaruh besar terhadap system nafsani manusia. Hal ini bisa dilihat dari cara berfikir, memahami realita, memilih tingkah laku dan hawa nafsu. Oleh karena itu kinerja berfikir, memahami realita dan tingkah laku setiap individu berbeda-beda, karena perangkat-perangkat tersebut merupakan ciri dari masing-masing individu yang tidak bisa disamakan. Jikapun ada, namun tidak sama tetapi hanya menyerupai.

Objek Pariwisata

Pariwisata ditinjau dari segi bahasa kata pariwisata berasal terdiri dari dua suku kata pari dan wisata. Pari yang berarti sekitar atau segala arah, wisata berarti berpergian. Jadi pariwisata dapat diartikan berpergian kesegala arah dalam rangka mengelilingi dunia, seperti berpergian ketempat bersejarah, puncak gunung, pantai, ke daerah pulau-pulau maupun ke negara lain. (Yoeti; 2009: 15).

Pariwisata ditinjau dari segi istilah, Menurut W. Hunziker dan K. Krapf yang dikutip oleh H. Kodhyat, dari rumusan ini mengandung 2 unsur pokok, yaitu: pertama pariwisata adalah suatu bentuk interaksi sosial yang di timbulkan oleh kunjungan orang-orang asing atau lokal dan bukan penduduk setempat. Kedua kedatangan orang-orang asing dengan tidak tujuan tinggal menetap disuatu tempat yang mereka kunjungi dan bukan pula untuk melakukan pekerjaan dengan mendapat penghasilan.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa: perjalanan pariwisata dilakukan untuk sementara waktu dan tidak menetap, perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lain, perjalanan itu merupakan perjalanan gembira yang berkaitan dengan tamasya dan rekreasi, dan orang yang melakukan perjalanan itu tidak mencari nafkah ditempat yang dikunjunginya.

- a) Suatu usaha dalam menjauhkan diri dari kesibukan dan ketegangan jiwa akibat rutinitas sehari-hari, mencari suasana yang lain dengan yang mereka temui sehari-hari.
- b) Kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan perjalanan yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.(Pendit; 2002 30).

Pariwisata secara sederhana dapat dirumuskan sebagai kegiatan dalam masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan (Soekadijo; 2000: 2). Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata tidak dapat terlepas dari kegiatan orang yang melakukan perjalanan tersebut, yang dalam istilah pariwisata dikenal dengan wisatawan.

Kalimat pertama dalam buku A.J. Burkart dan S. Medlik, *Tourism, Past, Present and Future*, berbunyi “pariwisata berarti perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ketujuan-tujuan di luar tempat dimana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan objek wisata. (Soekadijo; 2000: 3).

Dengan demikian pariwisata dapat disimpulkan merupakan perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka biasanya hidup dan bekerja dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan itu

Berbicara tentang kepariwisataan, pasti tidak akan terlepas dengan orang yang melakukan kegiatan atau perjalanan wisata yang dikenal dengan istilah wisatawan. Banyak definisi atau batasan tentang wisatawan yang di kemukakan oleh para ahli, wisatawan ialah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya (Soekadijo 2000 : 3).

Wisatawan adalah sebagai objek dalam kegiatan pariwisata. Wisatawan disebut sebagai objek karena kegiatan pariwisata tidak bisa terlepas dari pelayanan terhadap wisatawan atau orang sebagai objek pelayanan. Maksudnya bahwa wisatawan merupakan yang menjadi perhatian oleh siapapun yang terlibat dalam kegiatan pariwisata.

Secara umum orang mengartikan bahwa orang yang melakukan perjalanan wisata disebut wisatawan. Seorang ahli kepariwisataan berkebangsaan Inggris yang bernama P.W Ogilive, di dalam buku yang ditulius Oka A. Yoeti, melihat pariwisata dari segi bisnis sehingga ia memberikan definisi wisatawan sebagai berikut.

Rekomendasi PATA (*Pacific Area Travel Association*) yang didasarkan atas batasan *League Of Nation* tahun 1936 dan yang telah diberi amandemen oleh komosi teknik IUPTO (*International Union Of Official Travel Organizations*), wisatawan merupakan orang yang memenuhi dua syarat, pertama bahwa mereka meninggalkan rumah kediamannya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan kedua bahwa sementara mereka pergi, dengan mencari nafkah di tempat tersebut.

IUPTO (*International Union Of Official Travel Organizations*, istilah wisatawan pada prinsipnya haruslah diartikan sebagai orang-orang yang mengadakan perjalanan dalam jangka waktu minimal 24 jam dan maksimal 3 bulan di dalam suatu negara yang bukan merupakan negara di mana biasanya mereka tinggal. Mereka meliputi:

- a. Orang-orang yang sedang melakukan perjalanan untuk bersenang-senang, untuk keperluan pribadi, kesehatan dan sebagainya.
- b. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dengan maksud menghadiri pertemuan, konfrensi, musyawarah, atau di dalam hubungan bagi utusan organisasi.
- c. Orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dengan maksud bisnis.
- d. Pejabat pemerintah dan orang-orang militer beserta keluarga yang dikirim di suatu negara lain hendaknya jangan dimasukkan dalam katagori ini, tetai apabila mereka mengadakan perjalanan ke negara lain maka hal ini digolongkan sebagai wisatawan. (Pendit,2002: 36).

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa wisatawan adalah setiap orang yang melakukan perjalanan atau melakukan kunjungan pada obyek dan daya tarik wisata dengan menetap untuk sementara waktu ditempat lain selain tempat

tinggalnya, untuk beberapa alasan atau keperluan yang lain. Wisatawan merupakan pelaku utama dalam kegiatan pariwisata, dan pariwisata merupakan suatu pengalaman manusia yang menyenangkan dan membantu membuang rasa jenuh dari kehidupan sehari-hari yang bersifat rutin dan membosankan.

B. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu, deskriptif adalah penelitian yang bertujuan memberikan gambaran secara umum, sistematis, faktual, akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. Sedangkan kuantitatif adalah penelitian yang disajikan dalam bentuk deskriptif dengan menggunakan angka-angka statistik. Metode yang digunakan adalah studi korelasi yang merupakan bagian dari jenis penelitian deksriptif kuantitatif.

Populasi penelitian ini adalah 4000 orang di seluruh daerah Tidung. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling yaitu dengan pengambilan secara acak, melalui kelas atau perwakilan kelas atau di loting. Dari pernyataan di atas maka peneliti mengambil sampel sebanyak 40 orang, dengan menggunakan sample random (sampel acak). Penggunaan ini berdasarkan pertimbangan bahwa siswa yang terdapat dalam populasi memiliki karakteristik yang homogen, sehingga sampel yang di ambil di harapkan dapat mewakili seluruh populasi yang ada.

Skala Likert digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan dapat menilai sikap atau tingkah laku yang diinginkan oleh peneliti (Darmadi, 2011: 106). Pertanyaan-pertanyaan kepada responden telah dikelompokkan sesuai dengan variable yang hendak diteliti oleh peneliti.

Sesuai data yang telah diperoleh, maka penulis akan menganalisis dengan metode deskriptif kuantitatif. Metode ini menggunakan rumus korelasi “r” *product moment* dan melalui tahapan sebagai berikut :

1. Mencari angka korelasi, dengan rumus :

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



- r_{xy} : Angket indeks korelasi antara variabel x dan variabel y
 N : Jumlah responden
 $\sum xy$: Jumlah hasil perkalian x dan y
 y : Jumlah skor y
 x : Jumlah skor x
 x^2 : Jumlah Kuadrat seluruh skor 2
 y^2 : Jumlah Kuadrat seluruh skor 2

Dengan interpretasi data sebagai berikut:

Besarnya "r" <i>Product Moment</i> (r_{yx})	Interprestasi
0,00 – 0,20	Antara variabel x dan variabel y memang terdapat korelasi, akan tetapi korelasi itu sangat lemah atau sangat rendah, sehingga korelasi itu diabaikan (dianggap tidak ada korelasi antara variabel x dan variabel y)
0,20 – 0,40	Antara variabel x dan variabel y terdapat korelasi yang lemah/ sangat rendah
0,40 – 0,70	Antara variabel x dan variabel y terdapat korelasi yang sedang/ cukup
0,70 – 0,90	Antara variabel x dan variabel y terdapat korelasi yang kuat/ tinggi
0,90 – 0,10	Antara variabel x dan variabel y terdapat korelasi yang sangat kuat/ sangat tinggi

C. Hasil dan Pembahasan

Dalam menganalisis data perubahan perilaku masyarakat beragama di Pulau Tidung Kepulauan Seribu setelah dijadikan objek pariwisata, peneliti menggunakan data yang terdapat pada tabel di atas untuk diperoleh perhitungan yang kemudian dituangkan dalam tabel distribusi frekuensi. Peneliti menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

Langkah 1: Mencari skor terbesar dan terkecil dari variabel X dan Y

Skor terbesar variabel X: 85 dan variabel Y: 86

Skor terkecil variabel X: 62 dan variabel Y: 68

Langkah 2: Mencari Nilai Rentang (R)

$R = \text{data tertinggi} - \text{data terendah}$

Variabel X $\rightarrow R_X = 85 - 62 = 23$

Variabel Y $\rightarrow R_Y = 86 - 64 = 22$

Langkah 3: Banyaknya Kelas (BK) Variabel X dan Variabel Y

$$\begin{aligned} BK &= 1 + (3,3) \log N \\ &= 1 + (3,3) \log 40 \\ &= 1 + (3,3) (1,602) \\ &= 1 + 5,286 \\ &= 6,286 = 6 \end{aligned}$$

Langkah 4: Mencari Panjang Kelas Interval (i)

$$\text{Variabel X} \rightarrow i = \frac{R}{BK} = \frac{23}{6} = 3,8 = 4$$

$$\text{Variabel Y} \rightarrow i = \frac{R}{BK} = \frac{22}{6} = 3,6 = 4$$

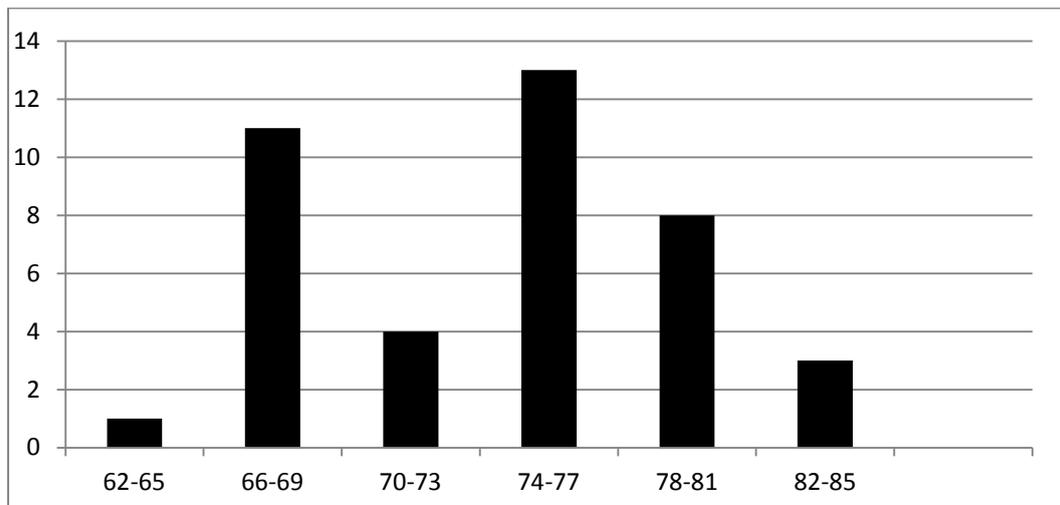
Tabel 3
Distribusi Frekuensi Variabel X (Perilaku Beragama)

No.	Kelas Interval	F	Nilai Tengah	Nilai Nyata
1.	62-65	1	63,5	61,5-65,5
2.	66-69	11	67,5	65,5-69,5
3.	70-73	4	71,5	69,5-73,5
4.	74-77	13	75,5	73,5-77,5
5.	78-81	8	79,5	77,5-81,5
6.	82-85	3	83,5	81,5-85,5
	Jumlah	40	441	-

Dari tabel di atas terlihat skor yang mempunyai frekuensi tertinggi berada pada kelas interval 74 – 77 dengan nilai tengah 75,5 sebanyak 13 responden, dan frekuensi terkecil berada pada kelas interval 62 – 65 dengan nilai tengah 63,5 sebanyak 1 responden.



Grafik 1
Histogram Frekuensi Perilaku Beragama



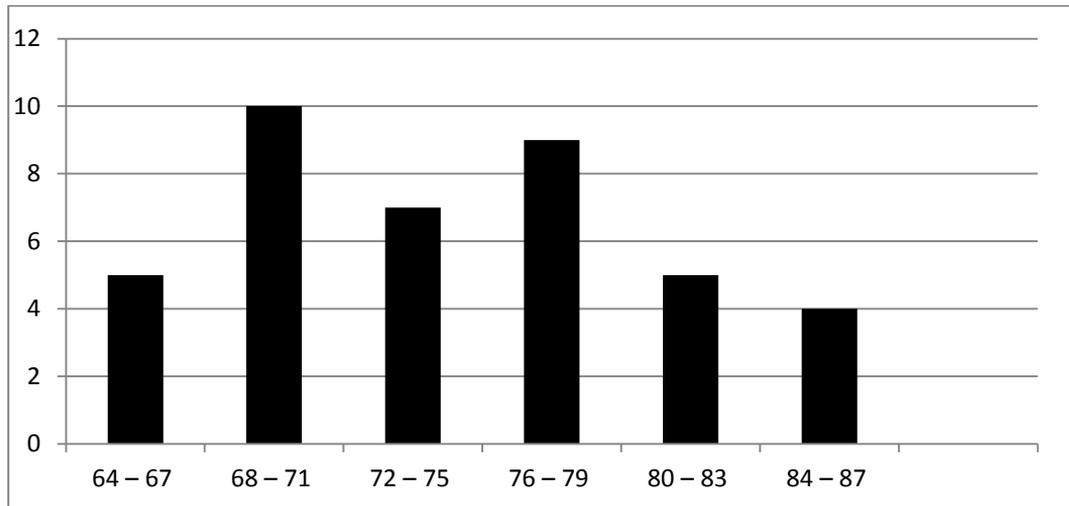
Dari grafik di atas menggambarkan bahwa pada variabel X (perilaku beragama) terlihat skor yang mempunyai frekuensi tertinggi berada pada kelas interval 74-77 sebanyak 13 orang, dan frekuensi terkecil berada pada kelas interval 62-65 sebanyak 1 orang.

Tabel 4
Distribusi Frekuensi Variabel Y (Objek Pariwisata)

No.	Kelas Interval	F	Nilai Tengah	Nilai Nyata
1.	64 – 67	5	65,5	63,5 – 67,5
2.	68 – 71	10	69,5	67,5 – 71,5
3.	72 – 75	7	73,5	71,5 – 75,5
4.	76 – 79	9	77,5	75,5 – 79,5
5.	80 – 83	5	81,5	79,5 – 83,5
6.	84 – 87	4	85,5	83,5 – 87,5
	Jumlah	40	453	-

Dari tabel di atas terlihat skor yang mempunyai frekuensi tertinggi berada pada kelas interval 68 – 71 dan nilai tengah 69,5 sebanyak 10 responden, dan frekuensi terkecil berada pada kelas interval 84 – 87 sebanyak 4 responden, dengan nilai tengah 85,5.

Grafik 2
Histogram Frekuensi Variabel Y (Objek Pariwisata)



Dari grafik di atas menggambarkan bahwa pada variabel Y (Objek Pariwisata) terlihat skor yang mempunyai frekuensi tertinggi berada pada kisaran kelas interval 68-71 sebanyak 10 orang, dan frekuensi terkecil berada pada kisaran kelas interval 84-87 sebanyak 4 orang.

Langkah 5: Mencari Rata-rata (Mean)

Dari data tabel perhitungan untuk memperoleh angka indeks korelasi antara variabel X dan variabel Y (terlampir), selanjutnya bisa diketahui nilai rata-rata dari dua variabel di atas dengan rumus :

$$\text{Variabel X : } M_x = \frac{\sum X}{N}$$

$$\text{Telah diketahui } \sum X = 2945, \text{ dan } N = 40; \text{ Jadi: } M_x = \frac{\sum x}{N} = 2945 : 40 = 73,6 = 74$$

$$\text{Variabel Y : } M_y = \frac{\sum y}{N}$$

$$\text{Telah diketahui } \sum Y = 2988, \text{ dan } N = 40; \text{ Jadi: } M_y = \frac{\sum y}{N} = 2988 : 40 = 74,7 = 75$$

Langkah 6: Mencari r_{XY}

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2] [N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{xy} = \frac{40 \cdot 220678 - (2945)(2988)}{\sqrt{\{40 \cdot 218035 - (2945)^2\} \{40 \cdot 224650 - (2988)^2\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{8827120 - 8799660}{\sqrt{\{8721400 - 8673025\} \{8986000 - 8928144\}}}$$

$$r_{xy} = \frac{27460}{\sqrt{(48375)(57856)}}$$

$$r_{xy} = \frac{27460}{\sqrt{2798784000}}$$

$$r_{xy} = \frac{27460}{52903,5}$$

$$r_{xy} = 0,519$$

Pada perhitungan data di atas merupakan analisis menggunakan korelasi Person yakni untuk jenis statistik parametrik. Kemudian peneliti akan membandingkan hasil perhitungan tersebut dengan menggunakan hasil perhitungan non parametrik IBM SPSS 22 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Analisis Korelasi Variabel X Terhadap Variabel Y

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
PerilakuBeragama	73.62	5.569	40
ObjekPariwisata	74.70	6.090	40

Berdasarkan perhitungan menggunakan IBM SPSS , dapat diketahui nilai rata-rata (mean) dari dua variabel di atas yaitu variabel X sebesar 73.62 dan variabel Y sebesar 74.70 Sedangkan dalam menggunakan perhitungan statistik parametrik, maka dapat dilihat hasilnya sama persis pada langkah 5.

Tabel 6
Analisis Korelasi Variabel X Terhadap Variabel Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.519 ^a	.269	.250	4.822	1.607

a. Predictors: (Constant), ObjekPariwisata

b. Dependent Variable: PerilakuBeragama

1. R disebut juga dengan koefisien korelasi

Nilai R menerangkan tingkat hubungan antara variabel independent X terhadap variabel dependent Y. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai koefisien korelasi sebesar **0,490** berarti pengaruh Perilaku beragama adalah sebesar **49,0%**.

2. R Square disebut koefisien *determinasi*

Koefisien *determinasi* menerangkan seberapa variasi Y yang disebabkan oleh X. Dari tabel dapat dibaca nilai *square* (R^2) sebesar **0,490**. Nilai koefisien *determinasi* dapat dihasilkan dengan mengkuadratkan nilai korelasi ($0,490^2$) = **0,240** atau **24,0%**.

Perubahan perilaku masyarakat beragama pulau tidung kepulauan seribu setelah dijadikan objek wisata **24,0%** disebabkan oleh objek pariwisata dan sisanya sebesar **76,0 % (100% - 24,0%)** dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini, atau dengan kata lain besarnya pengaruh perubahan perilaku masyarakat beragama Pulau Tidung Kepulauan Seribu setelah dijadikan objek wisata **49,0 %**

Tabel 7
Hasil Analisis Korelasi Variabel X dan Variabel Y

Correlations

		Reward	MotivasiBelajar
Perilaku Beragama	Pearson Correlation	1	,490**
	Sig. (1-tailed)		,001
	N	40	40
Objek Pariwisata	Pearson Correlation	,490**	1
	Sig. (1-tailed)	,001	
	N	40	40

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).



Berdasarkan output korelasi di atas, dapat diketahui bahwa nilai korelasi yang dihasilkan adalah sebesar **0,490** atau **49,0%**. Nilai ini menunjukkan bahwa terdapat perubahan perilaku masyarakat beragama pulau tidung kepulauan seribu setelah dijadikan objek pariwisata. Hal ini dikuatkan oleh nilai koefisien korelasi yang disesuaikan (*R adjusted*) yakni sebesar **49,0%**. Artinya terdapat perubahan perilaku masyarakat beragama dalam objek paraiwisata.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Perubahan perilaku beragama masyarakat Pulau Tidung Kepulauan Seribu setelah dijadikan objek pariwisata sebesar **0,519**. Hal ini dapat dilihat dari besarnya “ r_o ” dengan “ r_t ” seperti yang diketahui r_o yang peneliti peroleh adalah **0,519**, sedangkan r_t masing-masing **0,304** dan **0,393**. Dengan demikian ternyata bahwa $r_o > r_t$ pada taraf cukup 5% maka **Hipotesis Nihil ditolak**, sedangkan **Hipotesis Alternatif diterima atau disetujui**, artinya terdapat pengaruh perubahan perilaku masyarakat beragama di Pulau Tidung Kepulauan Seribu setelah dijadikan objek pariwisata.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku beragama, yaitu :
 - a) faktor internal (faktor dari dalam), yakni Faktor biologis dan faktor psikologis. Adapun faktor psikologi meliputi: bakat, insting, nafsu, karakter atau watak, hereditas atau keturunan, dan intuisi.
 - b) Faktor eksternal (faktor dari luar), yakni lingkungan keluarga, lingkungan sekolah dan lingkungan masyarakat.
3. Strategi mengatasi dampak negatif perubahan perilaku masyarakat beragama di pulau tidung kepulauan seribu setelah dijadikan objek pariwisata dilakukan dengan cara sebagai berikut: menyajikan agama dengan performa yang senantiasa menarik, menyajikan agama dalam bentuk sesuatu kebenaran yang tidak pernah bergeser dan senantiasa teruji dan dapat diuji, mengupayakan pengangkatan status sosial pengikut suatu agama, menampilkan nilai/ norma agama dengan mengedepankan apa yang dinilai sangat positif bagi kemaslahatan kehidupan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. *Psikologi Agama*, Jakarta: Rineka Cipta, 2007.
- Desmita. *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2010.
- Dokumentasi Kantor Kelurahan Pulau Tidung Kec. Kepulauan Seribu Selatan Kab. Adm. Kepulauan Seribu, Maret 2015.
- Foster, L Dennis. *First Class An Introduction to Travel and Tourism*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000.
- Hutagalung. *Pengembangan Kepribadian*, Jakarta: PT. Indeks 2007
- Marpaung, Happy. *Pengantar Kepariwisata*, Bandung: Alfabeta, 2002.
- Mill, Cristime Robert. *Tourism The Busniess*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000.
- Notoatmodjo. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, Jogyakarta: Mitra Pustaka, 2003.
- Pendit, S Nyoman. *Ilmu Pariwisata*, Jakarta: Pradnya Paramita, 2002.
- Pitter, Zen Herri. *Pengantar Psikologi dalam Keperawatan*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Rohman, *Aqidah Akhlak*, Solo: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2013.
- Sarwono, Wirawan Sartito. *Psikologi Remaja*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Soekadijo. *Antononi Pariwisata*, Jakarta: Gramedia Penerbit Buku Utama, 2000.
- Sudijono, Anas. *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sunarto dan Hartono Agung. *Pengembangan Peserta Didik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Syah, Muhibbin. *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Remaja Rosda Karya, 2010.
- Yoeti, A Oka. *Ekonomi Pariwisata*, Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2008.
- _____. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung: Angkasa, 1994.