Jurnal Sapta Pesona
e-ISSN 3021-8187
Sapta Pesona : Jurnal Kepariwisataan, Vol. 3, No. 2, Desember 2025

POTENSI EVENT RELIGI DI MASJID AGUNG JAWA TENGAH UNTUK MENARIK MINAT WISATAWAN

Faris Gani Abi Thariqan[1], Bintang Noorlidzikry D[2]
Program Studi Pariwisata, Universitas Semarang[1,2]
aurelfiladelfias@gmail.com[1]

Received: Desember 2025	*Accepted*: Desember 2025	*Published*: Desember 2025

Abstrak

Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) di Kota Semarang merupakan representasi arsitektur religius terkemuka yang mengintegrasikan nilai estetika visual dengan fungsi dakwah kultural. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi berbagai kegiatan atau *event* religi di MAJT dalam menarik minat kunjungan wisatawan. Dengan menggunakan metode studi literatur (*library research*) yang bersifat kualitatif deskriptif, penelitian ini mengkaji relevansi kegiatan keagamaan sebagai daya tarik wisata spiritual dan budaya. Hasil kajian menunjukkan bahwa penyelenggaraan *event* religi yang konsisten seperti Safari Ramadan, Festival Maulid Nabi, Peringatan Isra Mi'raj, MTQ, serta kajian rutin ulama nasional terbukti efektif berperan sebagai *pull factor* (faktor penarik) kunjungan wisatawan. Keberhasilan ini didukung oleh integrasi dimensi spiritual, edukasi, emosional, dan sosial yang kuat, didukung keunikan arsitektur MAJT yang memadukan budaya Jawa, Islam, dan Romawi-Yunani. Meskipun menghadapi tantangan berupa pengelolaan promosi digital terintegrasi dan keterbatasan kemitraan lokal, kolaborasi strategis antara pengelola, pemerintah, agen perjalanan, dan UMKM memiliki peluang besar dalam menciptakan ekosistem pariwisata religi yang berkelanjutan.
Kata kunci: Arsitektur Religius, Dakwah Visual, Event Religi, Masjid Agung Jawa Tengah, Wisata Religi.

Abstract

he Great Mosque of Central Java (Masjid Agung Jawa Tengah, MAJT) in Semarang stands as a prominent manifestation of religious architecture that seamlessly blends visual aesthetics with cultural and spiritual da'wah. This study aims to analyze the potential of religious events at MAJT in attracting tourist interest. Employing a qualitative descriptive approach through library research, this study examines the relevance of religious activities as spiritual and cultural tourist attractions. The findings indicate that the consistent organization of religious events such as Safari Ramadan, the Prophet's Birthday Festival (Gebyar Maulid Nabi), Isra Mi'raj celebrations, Quranic recitation competitions (MTQ), and national Islamic lectures acts as an effective pull factor for tourist visits. This success is heavily supported by a combination of spiritual, educational, emotional, and social dimensions, combined with MAJT's unique architectural design incorporating Javanese, Arabic, and Roman-Greek cultural elements. Although challenges remain regarding integrated digital promotion and local partnerships, strategic collaboration among mosque management, local government, travel agents, and SMEs offers vast opportunities to foster a sustainable religious tourism ecosystem.

Penulis Korespondensi : Bintang Noorlidzikry bintangnoorlidzikry@gmail.com

e-ISSN 3021-8187
Sapta Pesona : Jurnal Kepariwisataan, Vol. 3, No. 2, Desember 2025

Keywords: *Religious Architecture, Visual Da'wah, Religious Events, Great Mosque of Central Java, Religious Tourism.*

Penulis Korespondensi : Bintang Noorlidzikry bintangnoorlidzikry@gmail.com

PENDAHULUAN

Pariwisata religi adalah salah satu jenis pariwisata yang berfokus pada budaya, menyediakan pengalaman spiritual serta nilai historis dan sosial yang berkaitan dengan agama. Di Indonesia, masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk beribadah, tetapi juga sebagai pusat berbagai kegiatan sosial, budaya, dan tujuan wisata religi. Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) merupakan salah satu masjid terkenal yang memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata religi, khususnya melalui penyelenggaraan acara-acara keagamaan seperti perayaan hari besar Islam, tabligh akbar, festival Islami, dan aktivitas keagamaan lainnya.

Penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa aktivitas keagamaan di masjid menarik minat para wisatawan, baik lokal maupun internasional. Sebagai contoh, suatu studi yang dilakukan Laksmi et al. tahun 2023 di Masjid Jami' An-Nawier di Jakarta Barat. Penelitian ini menemukan faktor-faktor wisata seperti daya tarik, kemudahan akses, fasilitas, dan keramahan memainkan peran penting dalam meningkatkan pengembangan wisata ziarah yang berhasil (Laksmi et al. , 2023).

Demikian juga, dalam hal pengembangan pariwisata yang berfokus pada budaya lokal, acara seni dan keagamaan telah terbukti efektif dalam menarik perhatian wisatawan. Sebagai contoh, suatu studi yang dilakukan oleh Masunah et al. tahun 2020 tentang pariwsata budaya lokal dan karya seni. Penelitian ini menunjukkan bahwa seni pertunjukan lokal yang dipresentasikan dalam acara pariwisata dapat berfungsi untuk melestarikan budaya serta mendorong ekonomi kreatif (Masunah et al. , 2020).

Dalam konteks MAJT, acara-acara seperti Safari Ramadan, Gebyar Maulid Nabi, dan Festival Muharram bisa menjadi daya tarik wisata religi yang memiliki nilai komersial tinggi, jika disajikan dengan baik dan didukung oleh promosi yang efektif.

LANDASAN TEORI

Wisata Religi dan Peran Mesjid

Wisata religius merujuk pada jenis pariwisata yang berfokus pada kunjungan ke lokasi-lokasi yang memiliki makna keagamaan dan spiritual, seperti tempat ibadah, makam para wali, dan lokasi peribadatan lainnya. Masjid yang berfungsi sebagai tempat ibadah bagi umat Islam memegang peranan penting dalam pengembangan wisata religius. Selain berfungsi sebagai lokasi beribadah, masjid juga berfungsi sebagai pusat kegiatan sosial dan budaya, yang meningkatkan potensi masjid sebagai tujuan wisata yang menarik (Lestari dan Hudaidah, 2023)

Penelitian oleh Laksmi et al. (2023) juga menyoroti bahwa masjid yang memiliki nilai sejarah dan keberadaan makam tokoh agama menjadi daya tarik utama dalam wisata

Event Religi Sebagai Daya Tarik Wisata

Acara keagamaan seperti perayaan Maulid Nabi, Isra Mikraj, tabligh akbar, dan festival Islami adalah bagian dari daya tarik budaya yang dapat menarik minat wisatawan. Aktivitas ini memiliki aspek spiritual serta menawarkan hiburan dan pendidikan, sehingga sangat tepat untuk dijadikan produk wisata unggulan.

Masunah et al. (2020) menekankan bahwa acara budaya dan keagamaan yang dikemas dengan cara yang kreatif dapat meningkatkan jumlah pengunjung, seperti yang dilakukan oleh sanggar seni pertunjukan di Cirebon dalam mendukung acara wisata religi di Keraton dan Goa Sunyaragi (Masunah et al. , 2020).

Selanjutnya, dalam konteks Festival Gandrung Sewu di Banyuwangi, acara tahunan ini terbukti dapat meningkatkan keputusan kunjungan wisatawan secara signifikan, bahkan mencapai 68,7%.(Muhhasibbi & Soedarsono, 2020)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (library research), yaitu metode penelitian yang dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber tertulis dan dokumentasi ilmiah yang relevan dengan topik kajian. Studi literatur dilakukan untuk memahami secara mendalam bagaimana event-event religi di Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) memiliki potensi dalam menarik minat wisatawan.

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif, dengan pendekatan analisis isi terhadap literatur yang diperoleh. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi, menggambarkan, dan menganalisis informasi yang terkandung dalam berbagai referensi mengenai peran masjid dalam wisata religi, jenis event religi dan karakteristiknya, strategi promosi wisata religi dan dampak event religi terhadap kunjungan wisatawan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) merupakan salah satu landmark keagamaan dan budaya terbesar di Indonesia, terletak di Kota Semarang. Selain fungsi utamanya sebagai tempat ibadah, MAJT juga menjadi pusat kegiatan sosial, budaya, edukasi, dan wisata religi. Dengan arsitektur bergaya campuran Jawa, Islam, dan Romawi, serta fasilitas seperti museum, menara pandang Asmaul Husna, dan plaza terbuka, masjid ini sangat potensial menjadi destinasi wisata religi unggulan di Jawa Tengah.

Berdasarkan observasi dan dokumentasi, event-event religi yang rutin diselenggarakan di MAJT meliputi:

- **Safari Ramadan**: Kegiatan tahunan dengan berbagai agenda seperti buka puasa bersama, pengajian, ceramah, dan bazar Islami.
- **Festival Maulid Nabi**: Menghadirkan parade rebana, lomba shalawat, dan ceramah dari ulama nasional.
- **Peringatan Isra Mi'raj dan 1 Muharram**: Diisi dengan tabligh akbar dan santunan anak yatim.
- **MTQ dan Lomba Kaligrafi**: Menggabungkan unsur seni dan syiar Islam.
- **Kajian Rutin Ulama Nasional**: Menjadi magnet bagi jamaah luar kota.

Event-event tersebut mengandung unsur edukatif, spiritual, sekaligus rekreatif, sehingga mampu menarik minat wisatawan baik dari aspek keagamaan maupun budaya.

Referensi serupa pada studi Masjid Jami' An-Nawier di Jakarta Barat juga menunjukkan bahwa keberadaan kegiatan religi yang konsisten dapat meningkatkan citra masjid sebagai destinasi wisata ziarah dan spiritual (Laksmi et al., 2023).

Beberapa tantangan yang diidentifikasi antara lain:

- Kurangnya promosi digital yang terintegrasi,
- Keterbatasan SDM dalam pengelolaan event skala besar,
- Masih sedikit kolaborasi dengan pelaku pariwisata lokal (travel agent, hotel, dll).

Namun, peluang pengembangan sangat besar:

- Potensi sinergi dengan Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah,
- Peluang membuat kalender event religi tahunan berbasis paket wisata,
- Penguatan MAJT sebagai pusat literasi Islam moderat dan toleran, yang bisa menarik wisatawan edukatif dan religi.

Lestari & Hudaidah (2023) juga menekankan pentingnya narasi sejarah dan pelestarian nilai lokal dalam menguatkan wisata religi. Masjid yang memiliki nilai historis dan keterkaitan dengan budaya lokal akan lebih kuat daya tariknya (Lestari & Hudaidah, 2023).

Secara konseptual, kegiatan religi yang dikemas sebagai atraksi wisata (event tourism) berperan sebagai *pull factor* yang mampu mendorong wisatawan datang. Dengan memperkuat unsur atraksi religi (ceramah ulama, parade Islami) khususnya ceramah ulama dan parade Islami, terbukti berperan efektif sebagai pull factor dalam event tourism. Keberhasilan ini didukung oleh dimensi spiritual, budaya, sosial, dan emosional yang kuat. Namun, untuk mempertahankan dan meningkatkan efektivitas pull factor ini, diperlukan pendekatan yang seimbang antara pengembangan komersial dan pelestarian nilai-nilai autentik religi. Pemahaman mendalam tentang mekanisme pull factor ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi event tourism yang berkelanjutan dan memberikan manfaat optimal bagi semua stakeholder yang terlibat.

KESIMPULAN

1. Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) memiliki kemampuan besar untuk menjadi tujuan wisata religi, terutama melalui pelaksanaan berbagai kegiatan keagamaan seperti Safari Ramadan, perayaan Maulid Nabi, Isra Mi'raj, dan acara tabligh akbar. Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya kaya akan makna spiritual, tetapi juga berperan sebagai daya tarik sosial dan budaya yang dapat menarik perhatian para pengunjung, baik dari masyarakat setempat maupun dari luar wilayah. Keistimewaan bangunan masjid, fasilitas penunjang yang memadai, serta skala acara yang melibatkan tokoh agama terkenal semakin meningkatkan daya tarik MAJT. Dengan adanya strategi promosi yang tepat dan kerjasama antara semua pihak terkait, MAJT memiliki peluang untuk menjadi simbol wisata religi di tingkat nasional bahkan di skala internasional.
2. Acara keagamaan di MAJT terbukti menjadi salah satu penyebab utama meningkatnya jumlah turis, karena menggabungkan elemen salat, pendidikan, dan pengalaman keislaman yang mendalam. Ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Laksmi dan rekan-rekan (2023) yang menunjukkan bahwa pengelolaan acara keagamaan di masjid mampu menambah daya tarik wisata religius. Pelaksanaan acara yang menarik, bersama dengan cerita sejarah dan penguatan identitas religius, bisa memberikan pengalaman spiritual yang berbeda bagi pengunjung. Oleh karena itu, acara keagamaan tidak hanya sebatas kegiatan ibadah biasa, tetapi juga bisa dikembangkan menjadi produk wisata tematik yang berkelanjutan.
3. Taktik pemasaran digital masih menghadapi banyak tantangan, namun juga menawarkan peluang yang signifikan. Manajemen media sosial yang dilakukan secara profesional, seperti akun @VisitBogor yang dicontohkan oleh Fauzi dan Ahmadi (2022), dapat menjadi referensi untuk mempromosikan MAJT dengan cara yang lebih efektif dan luas. Penggunaan platform digital seperti Instagram, YouTube, dan TikTok memfasilitasi penyebaran informasi mengenai acara religi dengan cepat, menarik, dan bisa menjangkau berbagai kalangan, terutama di kalangan generasi muda. Dengan menyajikan konten yang menarik dan konsisten, citra MAJT sebagai tempat wisata religi dapat dikuatkan, serta dapat mendorong partisipasi masyarakat dan meningkatkan jumlah pengunjung pada setiap acara yang diadakan. "
4. Peningkatan partisipasi dari pihak-pihak seperti Dinas Pariwisata, agen perjalanan, komunitas dakwah, serta usaha mikro, kecil, dan menengah di sekitar MAJT sangat penting untuk meningkatkan dampak ekonomi dan sosial dari kegiatan keagamaan yang diadakan. Kerjasama yang terorganisir antara berbagai pihak akan membantu membangun ekosistem pariwisata religi yang berkelanjutan, mulai dari pengembangan paket wisata, pemasaran bersama, hingga penyediaan layanan pendukung seperti makanan halal, suvenir Islami,

dan penginapan yang ramah bagi umat Muslim. Dengan adanya kolaborasi yang kuat, kegiatan keagamaan di MAJT tidak hanya berfungsi sebagai sarana dakwah, tetapi juga sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan pelestarian budaya Islam setempat.

DAFTAR PUSTAKA

Fauzi, A. J., & Ahmadi, D. (2022). Pengelolaan media sosial Instagram @Visitbogor dalam menarik wisatawan. *Bandung Conference Series: Communication Management*, 2(1), 125–131.

Laksmi, G. W., Ingkadijaya, R., & Osman, I. E. (2023). Identifikasi komponen produk wisata Masjid Jami' An-Nawier. *Jurnal Pariwisata*, 10(1), 45–54.

Lestari, O., & Hudaidah, H. (2023). Potensi wisata religi Makam Ki Marogan. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 7(2), 210–222.

Masunah, J., Mariah, Y. S., & Heriyawati, Y. (2020). Pemanfaatan potensi budaya lokal untuk event pariwisata. *Sosiohumanika: Jurnal Pendidikan Sains Sosial dan Kemanusiaan*, 13(2), 115–128.

Muhhasibbi, G. P., & Soedarsono, D. K. (2020). Pengaruh event Festival Gandrung Sewu terhadap keputusan berkunjung wisatawan. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 5(1), 89–104.