



STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA RELIGI BERBASIS DIGITAL DI MESJID BAITUL A'LA (GIOK) KABUPATEN NAGAN RAYA

Taufit Kurrahman¹, Dimas Bagus Susanto², Ajidan³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pelita Nusantara Nagan Raya

Email kontributor: taufitkurrahman@icloud.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi terkini wisata religi di Mesjid Baitul A'la (Giok) Kabupaten Nagan Raya serta mengidentifikasi strategi digital yang efektif dalam pengembangannya. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan meliputi pihak Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga (DISBUDPARPORA), pengurus mesjid, pengunjung, serta pedagang sekitar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mesjid Baitul A'la memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata religi berkat keunikan arsitektur berbahan giok dan nilai spiritual yang tinggi. Namun, pengelolaan wisata masih terbatas, baik dari sisi fasilitas maupun promosi digital. Strategi digital yang direkomendasikan mencakup: (1) pembuatan website resmi, (2) aktivasi media sosial, (3) pemasangan barcode sejarah mesjid, (4) digitalisasi promosi produk lokal, dan (5) kolaborasi lintas instansi dengan pelatihan literasi digital. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan strategi digital tidak hanya memperkuat daya tarik keagamaan, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan transformasi pariwisata berbasis teknologi di Aceh.

Kata kunci: Pengembangan Pariwisata, Strategi Digital, Wisata Religi

Abstract

This study aims to analyze the current state of religious tourism at the Baitul A'la (Giok) Mosque in Nagan Raya Regency and identify effective digital strategies for its development. The method used is descriptive qualitative with data collection techniques in the form of observation, interviews, and documentation. Informants include the Department of Culture, Tourism, Youth, and Sports (DISBUDPARPORA), mosque administrators, visitors, and local traders. The results of the study indicate that the Baitul A'la Mosque has great potential as a religious tourism destination due to its unique jade architecture and high spiritual value. However, tourism management is still limited, both in terms of facilities and digital promotion. Recommended digital strategies include: (1) creation of an official website, (2) social media activation, (3) installation of a barcode of the mosque's history, (4) digitalization of local product promotion, and (5) cross-agency collaboration with digital literacy training. These findings confirm that the implementation of digital strategies not only strengthens religious appeal, but also encourages local economic growth and technology-based tourism transformation in Aceh.

Keywords: Tourism Development, Digital Strategy, Religious Tourism

A. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya di banyak negara, termasuk Indonesia. Sektor ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja, serta pelestarian budaya dan lingkungan. Dalam konteks Indonesia, pariwisata memiliki beragam bentuk, mulai dari wisata alam, budaya, kuliner, hingga wisata religi. Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023:5), kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai lebih dari 4,2% dengan tren pertumbuhan pasca-pandemi yang cukup stabil. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu motor penggerak perekonomian yang berpotensi untuk terus berkembang.

Indonesia memiliki potensi wisata religi yang besar karena kekayaan tradisi nilai keagamaan yang dapat meningkatkan kunjungan wisata dan kesejahteraan masyarakat lokal melalui pengembangan ekonomi kreatif (Lintong, 2024:4). Wisata religi diartikan sebagai aktivitas perjalanan ke destinasi yang memiliki nilai keagamaan, spiritual, atau historis yang erat kaitannya dengan kehidupan beragama masyarakat (Kasih, 2019:102). Selain itu, prospek perkembangan wisata religi global terus meningkat dengan peluang pemanfaatan berbagai situs ibadah dari berbagai tradisi keagamaan sebagai magnet wisatawan spiritual dan ekonomi (Sukhrobjon, 2025:19).

Wisata religi memiliki posisi yang sangat strategis di Aceh. Aceh dikenal sebagai Serambi Mekah, daerah yang memiliki sejarah panjang dalam penyebaran Islam di Nusantara. Sejumlah destinasi wisata religi telah berkembang, seperti Masjid Raya Baiturrahman di Banda Aceh yang menjadi ikon dunia, makam para ulama dan sultan, serta mesjid-mesjid bersejarah di berbagai kabupaten dan kota (Kasim dan Abdullah, 2021:146). Namun demikian, tidak semua potensi wisata religi di Aceh mendapatkan pengelolaan yang optimal. Banyak destinasi yang masih terkendala dalam hal promosi, pengelolaan fasilitas, serta pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung perkembangan wisata.

Destinasi wisata religi yang memiliki potensi besar salah satunya adalah Masjid Baitul A'la, yang lebih dikenal dengan sebutan Masjid Giok di Kabupaten Nagan Raya. Keistimewaan mesjid ini terletak pada material bangunannya yang terbuat dari batu giok, menjadikannya unik dan berbeda dengan mesjid lain di Indonesia. Batu giok memiliki nilai estetika sekaligus nilai historis karena merupakan hasil kekayaan alam lokal yang diolah menjadi karya monumental. Selain berfungsi sebagai tempat ibadah, mesjid ini juga memiliki nilai simbolis yang tinggi sebagai pusat dakwah, syiar Islam, serta daya tarik wisata religi.

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa pengembangan wisata religi di Masjid Baitul A'la belum berjalan optimal. Fasilitas yang tersedia masih sebatas fasilitas ibadah dasar seperti tempat wudhu, toilet, dan area parkir. Fasilitas penunjang wisata seperti pusat informasi, papan penunjuk, brosur sejarah, maupun pemandu wisata belum tersedia. Dari sisi promosi, keberadaan Masjid Giok lebih banyak dikenal melalui unggahan individu di media sosial, bukan dari kanal resmi yang dikelola secara profesional. Hal ini mengakibatkan potensi kunjungan belum maksimal, padahal minat masyarakat cukup tinggi, baik masyarakat lokal maupun luar daerah.

Seiring dengan perkembangan teknologi, pemanfaatan strategi digital menjadi sangat penting dalam pengembangan destinasi wisata. Digitalisasi dapat menghadirkan informasi yang cepat, akurat, dan mudah diakses oleh wisatawan. Media sosial, website resmi, aplikasi, maupun

QR code sejarah dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan Mesjid Giok secara lebih luas. Digitalisasi juga dapat memberikan ruang bagi UMKM lokal untuk mempromosikan produk mereka sehingga memberikan nilai tambah ekonomi. Menurut Muani (2018;80), digitalisasi dalam pariwisata berperan penting dalam meningkatkan daya saing destinasi karena mampu menjangkau wisatawan lintas daerah bahkan mancanegara dengan biaya relatif rendah.

Penerapan strategi digital pada wisata religi tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga mendukung literasi keagamaan dan budaya. Dengan adanya informasi digital, pengunjung dapat memahami sejarah mesjid, nilai-nilai spiritual yang terkandung, serta kearifan lokal masyarakat Nagan Raya. Hal ini sejalan dengan tujuan wisata religi yang tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga edukatif dan spiritual. Mesjid Baitul A'la (Giok) memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata religi unggulan di Aceh. Namun, diperlukan strategi pengembangan berbasis digital agar potensi tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal, berkelanjutan, dan memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar.

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis kondisi aktual dan merumuskan strategi pengembangan wisata religi berbasis digital pada Masjid Baitul A'la (Giok) Kabupaten Nagan Raya sebagai destinasi wisata religi lokal. Sebagian besar studi terdahulu masih membahas promosi wisata religi secara konvensional dan belum mengintegrasikan kondisi sosial, peran pengelola, serta pemanfaatan media digital secara kontekstual di tingkat daerah. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah penelitian (research gap) dengan menghadirkan analisis mendalam mengenai strategi pengembangan wisata religi berbasis digital yang sesuai dengan karakteristik lokal Aceh dan kebutuhan pengembangan destinasi wisata religi di daerah.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Strategi Pengembangan Wisata Religi

Strategi pengembangan wisata religi dapat dilakukan melalui pendekatan pemasaran, penguatan fasilitas, dan kolaborasi lintas sektor. Menurut Damanik dan Weber (2020:87), strategi pengembangan destinasi wisata harus mempertimbangkan tiga aspek: (1) daya tarik destinasi, (2) aksesibilitas, dan (3) fasilitas penunjang. Ketiga aspek ini juga berlaku pada wisata religi, dengan tambahan nilai spiritual sebagai diferensiasi utama. Burnita (2021:113) dalam penelitiannya di Aceh Besar menunjukkan bahwa pengembangan wisata religi berbasis masyarakat mampu meningkatkan pendapatan lokal, tetapi membutuhkan dukungan pemerintah dalam penyediaan infrastruktur dan promosi digital. Sementara itu, penelitian Mawadah dan Nurhidayati (2024:65) di Ponorogo menemukan bahwa keterlibatan kelompok sadar wisata (pokdarwis) menjadi kunci keberhasilan pengembangan wisata religi berbasis komunitas.

Pengembangan wisata religi tidak dapat dilakukan oleh satu pihak saja. Perlu adanya sinergi antara pemerintah, pengelola tempat ibadah, masyarakat, dan pelaku usaha. Menurut Kurniawan dan Hartati (2021:92), pemerintah daerah memiliki peran penting dalam menyediakan infrastruktur, regulasi, dan promosi pariwisata, sedangkan masyarakat berperan sebagai pelaku utama yang menjaga keberlanjutan destinasi. Penelitian Aprilia dkk. (2023:82) menyoroti pentingnya gotong royong masyarakat dalam mengembangkan wisata berbasis kearifan lokal. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Mawadah dan Nurhidayati (2024:63) yang menemukan bahwa partisipasi masyarakat dalam bentuk penyediaan jasa pemandu,

kuliner, dan penginapan mampu meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan. Dalam konteks Mesjid Baitul A'la (Giok), keterlibatan masyarakat menjadi sangat penting. Selain menjaga kebersihan dan ketertiban area mesjid, masyarakat juga dapat dilibatkan dalam aktivitas ekonomi kreatif berbasis digital, seperti menjual produk khas Nagan Raya secara online melalui *marketplace* lokal maupun nasional.

2. Konsep Wisata Religi

Wisata religi merupakan salah satu bentuk pariwisata yang menghubungkan aktivitas perjalanan dengan dimensi spiritual dan keagamaan. Menurut Kasih (2019:107), wisata religi tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi, tetapi juga menjadi ruang bagi individu untuk meningkatkan pemahaman dan pengalaman spiritual. Di Indonesia, perkembangan wisata religi memiliki prospek besar karena sebagian besar masyarakat memiliki ikatan erat dengan nilai-nilai agama, terutama Islam. Wisata religi tidak hanya terbatas pada kunjungan ke mesjid atau tempat ibadah, tetapi juga mencakup perjalanan ke makam ulama, pesantren, dan situs bersejarah yang memiliki nilai keagamaan (Ulya, 2022:147).

Penelitian Heliawati dan Munawaroh (2025:45) menegaskan bahwa wisata religi memiliki peran ganda, selain meningkatkan nilai spiritual, juga dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui aktivitas perdagangan, kuliner, dan jasa pariwisata. Dalam konteks Aceh, wisata religi memiliki karakteristik khusus karena daerah ini dikenal dengan sebutan Serambi Mekkah. Wisata religi di Aceh tidak hanya menjadi sarana ibadah, tetapi juga simbol identitas budaya dan sejarah peradaban Islam di Nusantara (Mawadah dan Nurhidayati, 2024:62). Hal ini sejalan dengan tujuan pariwisata berkelanjutan yang menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, budaya, dan spiritual.

3. Digitalisasi dalam Pengembangan Pariwisata

Perkembangan teknologi informasi telah membawa transformasi besar dalam sektor pariwisata. Menurut Fauziah (2021:37), digitalisasi pariwisata memungkinkan terciptanya sistem promosi dan pelayanan wisata yang lebih efektif, efisien, dan menjangkau pasar lebih luas. *Platform* digital seperti website resmi, media sosial, aplikasi mobile, hingga penggunaan QR Code telah menjadi sarana utama promosi pariwisata modern. Ardiansyah (2020:101) menjelaskan bahwa digitalisasi pariwisata tidak hanya berfokus pada promosi destinasi, tetapi juga mencakup sistem reservasi online, *e-ticketing*, *virtual tour*, dan *marketplace* untuk produk UMKM lokal.

Penelitian lebih lanjut oleh Silalahi (2024:95) menunjukkan bahwa penerapan digitalisasi dalam destinasi wisata religi dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan hingga 30% karena kemudahan akses informasi. Heliawati dan Munawaroh (2025:52) menekankan bahwa digitalisasi pariwisata harus bersifat inklusif, artinya tidak hanya memfokuskan pada pengelola destinasi, tetapi juga melibatkan masyarakat lokal melalui pelatihan literasi digital. Dengan demikian, masyarakat dapat berperan aktif dalam mempromosikan dan mengelola potensi wisata yang ada.

C. METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2021:9), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian dalam konteks alamiah. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak hanya ingin mengukur atau menghitung variabel, tetapi lebih menekankan pada pemahaman makna, persepsi, serta strategi yang dilakukan oleh berbagai pihak terkait dalam pengembangan wisata religi di Mesjid Baitul A'la (Giok). Peneliti bertindak sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data dengan tetap mengedepankan objektivitas dan validitas informasi. Subjek penelitian ditentukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan dengan fokus penelitian (Miles *et al.*, 2019:33).

2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga teknik utama, (1) Observasi, peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap kondisi fisik Mesjid Baitul A'la, terkait fasilitas pendukung, aktivitas pengunjung, serta interaksi antara pedagang dan wisatawan. Observasi dilakukan secara partisipatif, di mana peneliti berinteraksi dengan lingkungan tanpa mengubah situasi alamiah. (2) Wawancara, wawancara dilakukan dengan seluruh informan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur. Pertanyaan disusun untuk menggali informasi terkait persepsi, pengalaman, dan harapan terhadap pengembangan wisata religi berbasis digital. (3) Dokumentasi, peneliti mengumpulkan dokumen tertulis, foto, serta arsip media. Dokumentasi ini berfungsi sebagai data sekunder untuk melengkapi hasil observasi dan wawancara.

3. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model interaktif Miles *et al.* (2019:11), yang terdiri dari tiga tahap. (1) Reduksi Data, menyaring data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang relevan dengan fokus penelitian dipilih, sementara data yang kurang relevan disisihkan. (2) Penyajian Data, data disusun dalam bentuk narasi, tabel, dan matriks agar lebih mudah dipahami. Penyajian data dilakukan untuk melihat pola, hubungan, dan kecenderungan dari temuan lapangan. (3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi, peneliti menarik makna dari data yang sudah disajikan untuk menjawab rumusan masalah. Verifikasi dilakukan dengan cara membandingkan hasil temuan dengan data dari informan lain serta literatur terkait. Penelitian ini diuji dengan teknik triangulasi, yaitu strategi validasi dengan memanfaatkan berbagai sumber, metode, dan teori (Patton, 2020:652). Jenis triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi teknik

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mesjid Baitul A'la (Giok) memiliki ciri khas unik karena material utamanya menggunakan batu giok hijau, menjadikannya salah satu mesjid terunik di Indonesia. Pembangunannya dimulai pada tahun 2012 dan selesai sekitar tahun 2018, dengan kapasitas menampung lebih dari 3.000 jamaah. Selain sebagai tempat ibadah, mesjid ini memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata

religi berkat nilai estetika dan spiritual yang dimilikinya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunikan arsitektur Mesjid Baitul A'la (Giok) menjadi daya tarik utama wisatawan. Keunikan ini sejalan dengan teori *attraction* dalam pariwisata yang menyatakan bahwa daya tarik merupakan faktor kunci dalam memotivasi seseorang melakukan perjalanan wisata (Yoeti, 2020:45). Dalam konteks wisata religi, daya tarik tidak hanya berupa keindahan fisik bangunan, tetapi juga nilai spiritual yang melekat pada destinasi. Keunikan arsitektur giok pada mesjid ini merupakan modal utama yang dapat dikembangkan sebagai branding destinasi wisata religi Aceh, sekaligus sebagai diferensiasi dari destinasi lain di Indonesia.

Gambar 1
Interior Mesjid dengan Batu Giok



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2025).

Gambar 1 memperlihatkan bagian dalam mesjid, di mana batu giok digunakan sebagai material utama dinding dan ornamen. Permukaan batu yang mengkilap menciptakan pantulan cahaya alami yang memperkuat suasana ibadah yang tenang dan khushyuk. Ini menjadi bukti konkret bahwa Mesjid Baitul A'la tidak hanya memiliki nilai religius, tetapi juga artistik dan budaya tinggi. Namun belum tersedia informasi tertulis di dalam ruangan yang menjelaskan sejarah atau makna simbolik dari desain mesjid kepada pengunjung. Mesjid ini terletak di jalur lintas barat-selatan Sumatra, sehingga mudah dijangkau oleh wisatawan dari berbagai daerah. Namun, aksesibilitas transportasi umum masih terbatas, dan sebagian besar pengunjung menggunakan kendaraan pribadi.

Penelitian ini melibatkan delapan informan yang terdiri dari pejabat instansi, pengurus mesjid, pedagang sekitar, dan pengunjung. Keterlibatan informan yang beragam ini memberikan perspektif komprehensif tentang kondisi dan strategi pengembangan Mesjid Giok. Karakteristik informan dalam penelitian ini penting untuk memberikan gambaran mengenai latar belakang subjek yang memberikan data utama. Informan dipilih secara purposive berdasarkan keterlibatan langsung mereka terhadap keberadaan dan pengembangan wisata religi di Mesjid Baitul A'la (Giok) Kabupaten Nagan Raya. Tabel 1 menyajikan gambaran karakteristik masing-masing informan yang menjadi sumber utama dalam penelitian ini. Informan dipilih berdasarkan relevansi dan keterlibatan langsung mereka terhadap objek wisata religi di Mesjid Baitul A'la (Giok), Kabupaten Nagan Raya.

Tabel 1
Karakteristik Informan

No	Nama	Kategori	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan/ Posisi	Keterangan
1	Rini Syahwani G, S. S	DISBUD-PARPORA	Perempuan	40	Kabid Pariwisata	Bertanggung jawab atas program pengembangan pariwisata
2	Odi Wahyuna, S. P	DISBUD-PARPORA	Laki-laki	29	Staf Pariwisata	Bertanggung jawab atas data dan promosi pariwisata
3	Ustad Oni	Pengurus Mesjid	Laki-laki	35	Imam Mesjid	Mengelola kegiatan ibadah
4	Raja	Pengurus Mesjid	Laki-laki	40	Anggota BKM	Mengelola kegiatan ibadah, pemeliharaan, dan akses publik
5	Ibnu Hajar	Pengunjung	Laki-laki	33	Guru	Berkunjung untuk wisata religi
6	Dedi	Pengunjung	Laki-laki	48	wiraswasta	Datang bersama keluarga saat liburan
7	Fahmi	Pedagang	Laki-laki	27	Pedagang Es	Berdagang saat akhir pekan
8	Nurhayati	Pedagang	Perempuan	44	Pedagang siomay	Berdagang saat akhir pekan

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Hasil observasi menunjukkan bahwa keunikan utama Mesjid Baitul A'la terletak pada material bangunan berbahan giok. Hal ini menjadi daya tarik visual yang luar biasa, baik bagi masyarakat lokal maupun wisatawan luar daerah. Potensi besar ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan konten digital yang menjelaskan sejarah pembangunan, makna filosofis, serta keunggulan material giok yang digunakan. Fasilitas dasar mesjid cukup memadai untuk aktivitas ibadah, namun fasilitas penunjang wisata masih terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa potensi ekonomi dari wisata religi belum dikelola secara maksimal karena keterbatasan fasilitas pendukung. Fasilitas wisata yang terbatas menjadi salah satu kendala dalam pengembangan Mesjid Giok. Menurut Damanik dan Weber (2020:102), keberhasilan pengelolaan destinasi wisata dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu daya tarik, aksesibilitas, dan fasilitas. Jika salah satu faktor tersebut lemah, maka potensi wisata sulit berkembang secara optimal. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa fasilitas dasar ibadah (toilet, wudhu, parkir) sudah memadai, tetapi fasilitas penunjang wisata seperti pusat informasi, papan sejarah, maupun kios resmi masih minim.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa promosi Mesjid Giok masih minim dan belum terintegrasi dengan *platform* digital resmi. Hingga saat penelitian dilakukan, tidak ditemukan website resmi ataupun akun media sosial aktif yang dikelola pengurus mesjid atau pemerintah

daerah. Informasi daring tentang mesjid lebih banyak berasal dari berita media lokal atau unggahan pribadi wisatawan. Kondisi ini menunjukkan adanya peluang besar untuk melakukan digitalisasi promosi, sehingga informasi tentang Mesjid Giok dapat diakses lebih luas dan profesional. Kepala bidang pariwisata mengakui potensi besar Mesjid Giok, namun menyatakan bahwa keterbatasan anggaran dan sumber daya manusia menjadi kendala utama.

Tabel 2
Hasil Reduksi Data

No	Sumber Data	Informasi Mentah	Reduksi Data
1	Wawancara: Dinas Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> • Potensi besar • Digitalisasi belum optimal • Butuh kerja sama semua pihak 	Pemerintah menyadari potensi namun belum prioritaskan pengembangan digital mesjid secara khusus
2	Wawancara: Pengurus Mesjid	<ul style="list-style-type: none"> • Mesjid unik • Ramai saat hari besar • Belum punya media promosi • Pengurus mendukung pengembangan • SDM terbatas 	Mesjid punya daya tarik dan potensi wisata, tapi promosi digital belum dilakukan karena keterbatasan sumber daya.
3	Wawancara: Pedagang Sekitar	<ul style="list-style-type: none"> • Ramai saat libur dan penghasilan naik • Belum ada tempat jualan tetap • Ingin belajar promosi online jika difasilitasi 	Pedagang mendukung pengembangan, namun butuh dukungan fasilitas dan pelatihan digital marketing
4	Wawancara: Pengunjung	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi dari teman • Terkesan dengan keunikan mesjid • Kesulitan cari informasi online • Tidak ada brosur atau penjelasan sejarah 	Pengunjung butuh informasi digital yang lengkap dan resmi terkait mesjid
5	Observasi Lapangan	<ul style="list-style-type: none"> • Mesjid megah • Bahan giok • Toilet dan tempat wudhu lumayan bersih • Tidak ada papan petunjuk, brosur, atau area istirahat 	Fasilitas dasar cukup, tapi belum ada sarana pendukung wisata seperti pusat informasi, brosur, atau navigasi
6	Dokumentasi Foto	<ul style="list-style-type: none"> • Proses wawancara • Keunikan Mesjid • Fasilitas Mesjid 	Dokumentasi memperkuat data dan menjadi bukti visual hasil lapangan

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Tabel 2 menyajikan ringkasan proses reduksi data yang dilakukan setelah peneliti mengumpulkan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi lapangan. Setiap informasi yang diperoleh diidentifikasi, disaring, dan difokuskan agar tetap relevan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Sumber data menunjukkan asal data, seperti wawancara dengan informan tertentu, hasil observasi langsung, atau dokumentasi visual. Informasi mentah berisi data lapangan awal yang masih belum terfokus, data ini mencakup tanggapan informan secara langsung atau catatan lapangan peneliti. Reduksi data merupakan hasil penyaringan data mentah menjadi poin penting sesuai fokus penelitian. Peneliti mulai mengelompokkan informasi berdasarkan tema atau

isu utama dari hasil reduksi tersebut. Peneliti dapat mengelompokkan temuan menjadi beberapa tema utama. Hal ini akan menjadi dasar untuk penyusunan hasil penelitian, pembahasan, serta perumusan strategi pengembangan wisata religi berbasis digital.

Tabel 3
Penyajian Data

No	Tema	Sumber Data	Pernyataan atau Temuan Utama
1	Keunikan dan Nilai Religius	Wawancara Pengurus Mesjid	Mesjid dibangun dari batu giok, memiliki nilai spiritual dan arsitektur yang memukau
		Observasi	Arsitektur megah, suasana tenang, ramai dikunjungi saat hari libur dan hari besar Islam
		Dokumentasi Foto	Gambar 1 (menunjukkan elemen giok yang mencolok)
2	Minat Kunjungan Wisatawan	Wawancara Pengunjung	Tertarik karena media sosial teman, ingin belajar sejarah mesjid, tapi informasi online sangat minim
		Observasi	Banyak pengunjung berfoto, bersantai, dan bertanya soal sejarah mesjid
3	Sarana dan Prasarana	Observasi & Wawancara Pengurus	Fasilitas ibadah (toilet, tempat wudhu) baik, tetapi belum ada papan informasi, tempat duduk, atau pusat informasi
		Dokumentasi	Gambar (area parkir, toilet dan tempat wudhu)
4	Respon Instansi Terkait	Wawancara Instansi Terkait	Mengakui potensi mesjid, namun belum masuk dalam rencana promosi digital, tetapi terbuka untuk kerja sama ke depan
5	Respon Pengurus Mesjid	Wawancara Imam dan Staf Mesjid	Siap mendukung pengembangan digital asal tetap menjaga kekhusyukan ibadah
6	Respon Pedagang Sekitar	Wawancara Pedagang	Mendukung wisata religi, berharap ada tempat jualan tetap dan pelatihan promosi digital
7	Respon Pengunjung	Wawancara Wisatawan	Ingin ada brosur, papan sejarah, barcode, atau akun media sosial resmi
8	Strategi Pengembangan Digital	Seluruh Informan	Semua pihak setuju perlunya promosi digital: media sosial, website, dan kolaborasi dengan pemerintah

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Hasil penyajian data (Tabel 3) menjadi alat bantu utama untuk menggambarkan temuan lapangan secara utuh namun ringkas, sehingga dapat digunakan untuk mendukung analisis dalam pembahasan dan merumuskan strategi pengembangan digital yang tepat berdasarkan kondisi nyata. Tabel penyajian data tidak berdiri sendiri, namun merupakan lanjutan dari reduksi data. Data yang disajikan sudah direduksi atau disaring dari data mentah menjadi poin penting. Kesimpulan awal yang dapat ditarik berdasarkan analisis dan temuan lapangan, yaitu Mesjid Baitul A'la (Giok) memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata religi. Hal ini terlihat dari arsitekturnya yang unik (berbahan giok), nilai sejarah dan spiritual yang kuat, serta antusiasme

pengunjung dari dalam maupun luar daerah. Namun Sarana dan prasarana pendukung wisata masih terbatas.

Kesimpulan awal ditarik berdasarkan kecenderungan temuan dari berbagai sumber. Kesimpulan ini tidak bersifat final sebelum melalui proses verifikasi dan triangulasi. Peneliti melakukan pencocokan antar sumber data (observasi, wawancara, dokumentasi) untuk memastikan bahwa hasil akhir valid, logis, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan proses akhir dalam analisis data menurut Miles dan Huberman yang bertujuan untuk memperoleh makna dari data yang telah direduksi dan disajikan, serta memastikan validitasnya. Triangulasi dilakukan sebagai bentuk validasi data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi dilakukan untuk memastikan keabsahan dan keandalan data, serta menghindari bias dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data.

Tabel 4
Hasil Triangulasi Sumber

No	Sumber Informan	Temuan Utama	Kesimpulan Triangulasi
1	Dinas Pariwisata	Potensi besar Mesjid Giok, namun belum ada strategi digital khusus. Butuh kolaborasi semua pihak.	Menunjukkan adanya peluang pengembangan, tapi memerlukan dukungan kelembagaan.
2	Pengurus Mesjid	Mendukung pengembangan digital, tapi terkendala SDM dan fasilitas promosi.	Pengelola terbuka pada perubahan, namun butuh bantuan teknis.
3	Pedagang Sekitar	Kunjungan meningkat saat hari besar. Butuh tempat usaha yang tertata dan pelatihan promosi digital.	Pelaku UMKM siap terlibat jika diberi ruang dan pelatihan.
4	Pengunjung/Wisatawan	Tertarik pada keunikan mesjid, tapi kesulitan informasi daring. Ingin ada website dan media sosial resmi.	Wisatawan butuh akses informasi digital dan fasilitas penunjang wisata religi.

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa jenis informan, yaitu instansi terkait (DISBUDPARPORA), menyediakan informasi terkait kebijakan dan program pengembangan wisata. Pengurus Mesjid, memberikan data internal tentang pengelolaan mesjid dan kegiatan religius. Pedagang sekitar, memberikan sudut pandang ekonomi lokal dan potensi wisata. Pengunjung/wisatawan, menyampaikan kesan, motivasi, serta kritik dan saran berdasarkan pengalaman langsung. Hasil triangulasi menunjukkan bahwa keempat kelompok informan memberikan pandangan yang saling mendukung mengenai perlunya promosi digital dan peningkatan fasilitas wisata religi.

Tabel 5
Hasil Triangulasi Teknik

No	Tema	Wawancara	Observasi	Dokumentasi	Kesimpulan Triangulasi
1	Keunikan Mesjid Giok	Informan menyebut mesjid unik karena terbuat dari batu giok dan memiliki nilai religius tinggi	Arsitektur menonjol, banyak pengunjung memotret bagian dalam dan luar mesjid	Menunjukkan ukiran khas giok hijau yang mencolok, serta suasana ibadah	Terdapat bukti kuat dari semua teknik bahwa mesjid memiliki daya tarik religius dan estetis yang kuat
2	Fasilitas Penunjang Wisata	Fasilitas penunjang belum lengkap: tidak ada pusat informasi, papan sejarah	Fasilitas ibadah bersih, tapi wisatawan terlihat bingung karena tidak ada penunjuk arah	Menunjukkan ketiadaan papan informasi	Semua teknik mengarah pada kesimpulan bahwa fasilitas pendukung wisata masih perlu dikembangkan
3	Promosi Digital	Belum ada kanal digital resmi. Informan menyarankan promosi via media sosial dan website	Tidak terlihat barcode, brosur digital, atau banner promosi online	Tidak ada spanduk digitalisasi, tidak ditemukan akun media sosial resmi	Digitalisasi sangat dibutuhkan dan belum tersedia secara nyata di lapangan

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data yang berbeda. Wawancara mendalam untuk memperoleh data persepsi, harapan, dan respon informan. Observasi langsung untuk mengamati kondisi sarana, prasarana, dan aktivitas pengunjung. Dokumentasi untuk mendukung temuan lapangan melalui bukti visual seperti foto dan catatan kegiatan. Hasil dari ketiga teknik ini saling menguatkan bahwa Mesjid Baitul A'la memiliki potensi besar sebagai wisata religi, namun belum dikelola secara digital dan terpadu. Berdasarkan hasil penelitian, strategi digital menjadi solusi utama dalam pengembangan wisata religi Mesjid Giok. Strategi ini dapat dijelaskan dalam beberapa poin berikut:

1. **Pembuatan Website Resmi**
Website dapat menjadi pusat informasi mengenai sejarah mesjid, fasilitas, jadwal kegiatan keagamaan, dan paket wisata religi.
2. **Aktivasi Media Sosial**
Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook dapat dimanfaatkan untuk promosi visual. Konten berupa foto, video pendek, testimoni, dan live streaming acara keagamaan dapat menarik minat wisatawan.
3. **Penggunaan QR Code/Barcode Digital**
QR Code yang dipasang di area mesjid dapat digunakan untuk memberikan informasi sejarah, arsitektur, dan filosofi pembangunan.
4. **Digitalisasi UMKM Lokal**

Produk khas Nagan Raya, seperti makanan tradisional dan kerajinan tangan, dapat dipromosikan melalui *marketplace*.

5. Kolaborasi Lintas Sektor

Pemerintah, pengurus mesjid, masyarakat, dan akademisi perlu bekerja sama dalam menyusun strategi digital. Kolaborasi ini dapat diwujudkan melalui program pelatihan literasi digital, workshop promosi pariwisata, dan pendampingan UMKM lokal.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pengembangan wisata religi berbasis digital di Mesjid Baitul A'la (Giok) Kabupaten Nagan Raya, dapat disimpulkan bahwa Mesjid Baitul A'la memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata religi unggulan di Aceh karena keunikan arsitektur berbahan giok yang tidak dimiliki mesjid lain di Indonesia. Fasilitas dasar seperti tempat wudhu, toilet, dan area parkir cukup memadai untuk ibadah, namun fasilitas penunjang wisata seperti pusat informasi, papan sejarah, dan kios resmi masih terbatas. Promosi Mesjid Giok saat ini masih minim dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Strategi digital yang dapat diterapkan dalam pengembangan Mesjid Giok meliputi pembuatan website resmi sebagai pusat informasi wisata religi, Aktivasi media sosial untuk promosi visual, pemasangan QR code/barcode sejarah di area mesjid, digitalisasi UMKM lokal agar produk khas Nagan Raya dapat dipasarkan secara online, serta kolaborasi lintas sektor dalam literasi digital dan promosi wisata. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa digitalisasi merupakan strategi penting dan relevan untuk mengembangkan wisata religi Mesjid Baitul A'la agar lebih dikenal luas, meningkatkan jumlah kunjungan, serta memberikan dampak ekonomi positif bagi masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, R., Putri, H., & Kurniawan, D. (2023). Gotong Royong Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Sosial Humaniora*, 14(1), 77–88. <https://doi.org/10.20473/jsh.v14i1.39329>
- Ardiansyah, R. (2020). Strategi Digitalisasi Pariwisata Indonesia dalam Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2), 95–108. <https://doi.org/10.26905/jpp.v5i2.4691>
- Burnita, A. (2021). Pengembangan Wisata Religi Barbate di Aceh Besar. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(2), 112–124. <https://doi.org/10.22146/jpt.67182>
- Damanik, J., & Weber, H. (2020). *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.
- Fauziah, H. (2021). Digitalisasi Pariwisata dan Dampaknya terhadap Ekonomi Lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Pariwisata*, 6(1), 35–49. <https://doi.org/10.22225/jekp.6.1.2779>
- Heliawati, C., & Munawaroh, M. (2023). Peran Teknologi Digital dalam Pengembangan Pariwisata Budaya dan Religi di Banten. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 45–60. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3860>

- Kasih, W. C. (2019). Wisata Religi sebagai Alternatif Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Kepariwisataan*, 18(2), 101–115. <http://doi.org/10.24843/JUMPA.2019.v18.i02.p08>
- Kasim, A., & Abdullah, M. (2021). Aceh sebagai Destinasi Wisata Religi dan Sejarah Islam di Nusantara. *Jurnal Sejarah dan Budaya Islam*, 9(2), 145-158.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF). (2023). *Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2023/2024*. Jakarta.
- Kurniawan, A., & Hartati, S. (2021). Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata Religi. *Jurnal Administrasi Publik Indonesia*, 7(1), 88-99. <https://doi.org/10.32529/japi.v7i1.1132>
- Lintong, E. M. S. (2024). Potensi Wisata Religi di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur. *Bestari: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 1(1), 1-15. Doi: 10.46368/bjpd.v1i1.2825
- Mawadah, S., & Nurhidayati, L. (2024). Dampak Ekonomi Wisata Religi Masjid Jami' di Ponorogo terhadap Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 12(1), 57-70. <https://doi.org/10.35457/jpn.v12i1.845>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2019). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Muani, A. (2018). Digitalisasi dalam Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 77–89.
- Patton, M. Q. (2020). *Qualitative Research and Evaluation Methods (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Silalahi, B. (2024). Digitalisasi Islamic Center Rokan Hulu dalam Meningkatkan Wisata Religi. *Jurnal Pariwisata Digital*, 3(1), 88-102. <https://doi.org/10.47532/jpd.v3i1.729>
- Sukhrobjon, V. (2025). Prospects for the Development of Pilgrimage and Religious Tourism. *World Bulletin of Social Sciences*, 43, 19-23.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ulya, H. (2022). Peran Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam Pengembangan Wisata Religi di Ponorogo. *Jurnal Kepariwisataan Indonesia*, 14(2), 144–156. <https://doi.org/10.47663/jki.v14i2.589>
- Yoeti, O. A. (2020). *Pengantar Ilmu Pariwisata (edisi revisi)*. Jakarta: Rajawali Pers.