

Pengembangan Ekonomi Kreatif Wisata Religi Makam Sunan Muria Kudus

Creative Economy Development of The Religious Tourism Makam Sunan Muria Kudus

Aryanti Muhtar Kusuma, Alva Nailul Varokh

ABSTRACT

This study aims to analyse creative economy development of the religious tourism Makam Sunan Muria Kudus. This type of research is qualitative research with a field research approach. Methods of data collection by interviews, observation, use of documents, and triangulation. The subjects of this research are the government, intellectuals, and business actors in the area of Makam Sunan Muria Kudus. After the data is collected, the data is analysed by reducing data, presenting data, and verifying data. Based on the results of the research that has been carried out, it shows that the development of the creative economy that has been examined includes several activities such as crafts, fashion, and culinary. The efforts of business actors in developing the creative economy are to create jobs, increase income, and be consistent in running a business. The government's role in efforts to develop the creative economy is by improving the quality of human resources, holding socializations on the economy and employment, bringing in experts, assisting in product promotions, and providing capital loans. The role of intellectuals in efforts to develop the creative economy is to provide creative support and freedom to business actors, maintain infrastructure such as kiosks, and cooperate with BNI bank to provide capital loans.

Keywords: *creative economy, religious tourism, The Tomb of Sunan Muria Kudus*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan ekonomi kreatif wisata religi di Makam Sunan Muria Kudus. jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan *field research*. Metode pengumpulan datanya dengan wawancara, observasi, penggunaan dokumen, dan triangulasi. Subyek penelitian ini adalah pemerintah, cendekiawan, dan para pelaku usaha di kawasan Makam Sunan Muria Kudus. Setelah data terkumpul, data dianalisis dengan mereduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa pengembangan ekonomi kreatif yang di teliti itu ada beberapa kegiatan seperti kerajinan, fesyen, dan kuliner. Upaya pelaku usaha dalam mengembangkan ekonomi kreatif yaitu membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan, dan konsisten dalam menjalankan usaha. Peran pemerintah dalam upaya mengembangkan ekonomi kreatif yaitu dengan cara meningkatkan kualitas SDM, mengadakan sosialisasi-sosialisasi mengenai perekonomian dan ketenagakerjaan, mendatangkan tenaga ahli, membantu promosi dalam produk, dan memberikan pinjaman modal. Peran cendekiawan dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif yaitu memberikan dukungan dan kebebasan berkreasi kepada pelaku usaha, merawat infrastruktur



JIHBIZ

Journal of Islamic Economy, Finance, and Banking

P-ISSN 1238-1235 | E-ISSN 2807-6028

Vol. 7 No. 1 2023

Page 69-82

Published by:

Program Studi Ekonomi Syariah dan
Program Studi Perbankan Syariah
Universitas Islam Raden Rahmat,
Malang, East Java, Indonesia

Website:

<http://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/jihbiz/>

Article's DOI:

<https://doi.org/10.33379/jihbiz.v7i1.2264>

Author(s):

Aryanti Muhtar Kusuma¹

Email: aryantimuhtarkusuma@gmail.com

Alva Nailul Varokh¹

Email: alvanailul30@gmail.com

Affiliation:

¹ *Institut Agama Islam Negeri Kudus,
Central Java, Indonesia*

Correspondence:

aryantimuhtarkusuma@gmail.com

Article Type: Research Paper

Submission's History:

Received	:	25 January 2023
Revised	:	27 January 2023
Accepted	:	31 January 2023

seperti kios, dan bekerja sama dengan bank BNI untuk memberikan pinjaman modal.

Kata Kunci: ekonomi kreatif, wisata religi, Makam Sunan Muria Kudus

1. Pendahuluan

Peluang industri yang paling potensial untuk tumbuh di masa depan adalah industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Negara berlomba-lomba untuk mengembangkan sektor-sektor tersebut dengan lebih baik, yang berarti peluang lebih banyak kesempatan bagi masyarakat. Perkembangan pariwisata dan ekonomi kreatif terlihat menjanjikan, dan kemungkinan akan memberikan banyak manfaat bagi masyarakat di masa depan (Ridwan dan Sri, 2017). Wisata religi di Indonesia semakin populer, dan ini memberikan peluang bagi bisnis di industri pariwisata untuk menghasilkan lebih banyak penghasilan. Ini karena ada banyak beberapa tempat berbeda di Indonesia yang istimewa dan dapat menawarkan banyak variasi kepada wisatawan. Semua ini memudahkan pebisnis untuk menciptakan produk dan layanan baru yang ingin dibeli wisatawan (Gusti, 2015). Orang-orang mulai menghasilkan uang dari menjual ide kreatif mereka sendiri atau yang disebut dengan "Ekonomi Kreatif." Ekonomi Kreatif merupakan suatu cara hidup baru yang membantu masyarakat lebih sejahtera dengan menciptakan produk yang memiliki nilai tambah manfaat (Herrie, 2012). Sektor-sektor perekonomian yang dimaksud di sini adalah 16 sektor ekonomi kreatif yang dikembangkan. Sektor tersebut yaitu aplikasi dan permainan, arsitektur, desain produk, fesyen, desain interior, desain komunikasi visual, seni pertunjukan, film dan video animasi, fotografi, seni kuliner, musik, penerbitan, periklanan, dan seni rupa (Gusti, 2015).

Peran pemerintah dalam upaya meningkatkan perekonomian dalam sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yaitu memberikan dukungan melalui program *Bangga Berwisata*, dan *Indonesia Care/ I Do Care* di sektor perhotelan dan pariwisata, dukungan dalam perfilman. Peran pemerintah selanjutnya dalam upaya meningkatkan perekonomian dalam sektor pariwisata yaitu mengadakan Program Bantuan Pemerintah untuk Usaha Pariwisata (BPUP) dan dukungan akomodasi hotel untuk para tenaga kesehatan, Bantuan Insentif Pemerintah (BIP) bagi pelaku sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Pemerintah menyiapkan insentif berupa perlindungan produk budaya, kemudahan memperoleh dana pengembangan, fasilitas pemasaran dan promosi, hingga pertumbuhan pasar domestik dan internasional (Gusti, 2015).

Ekonomi kreatif merupakan ekonomi yang berfokus pada kreativitas untuk menciptakan sesuatu hal yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan dapat dijual secara komersial. Kreativitas dalam konteks ini mengacu pada ide-ide baru, yang dapat menghasilkan produk seperti karya seni dan budaya, kreasi fungsional, penemuan ilmiah, dan inovasi teknologi. (Suryana, 2013). Tindakan pemerintah membantu mempromosikan pariwisata dapat dilihat sebagai bagian penting dari ekonomi kreatif., Program pemerintah membantu usaha di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, serta mendukung tenaga kesehatan. Program-program tersebut memberikan berbagai manfaat, seperti bantuan dana pembangunan, dukungan pemasaran dan promosi, serta perlindungan produk budaya. Makna kreativitas dalam ekonomi kreatif adalah kemampuan atau usaha untuk menghasilkan hasil yang unik, atau berbeda dari biasanya.

Faktor utama mengenai dukungan ekonomi kreatif adalah kreativitas, inovasi, dan penemuan. Ekonomi kreatif berkembang dengan bantuan adanya wisata religi di Indonesia yang berpotensi menciptakan lapangan kerja dan membantu pertumbuhan ekonomi. Negara Indonesia memiliki populasi mayoritas penduduk Muslim, banyak dari mereka yang bepergian karena alasan agama. Wisata religi mengacu pada penyediaan produk dan layanan wisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim. Salah satu kawasan wisata religi yang memiliki potensi dan menarik wisatawan adalah kawasan wisata religi Sunan Muria Kudus di Jawa Tengah. Wisata religi Makam Sunan Muria di fasilitasi Masjid di samping makam, beberapa tempat ibadah (musala) dan produk halal sesuai syariat Islam saat menaiki anak tangga menuju tempat makam.

Kabupaten Kudus memiliki julukan kota kretek, kota jenang, dan kota santri. Kudus memiliki banyak tempat wisata salah satunya yaitu objek wisata Makam Sunan Muria. Makam Sunan Muria terletak di puncak Gunung Muria sebelah utara kota Kudus. Perjalanan menuju makam, pengunjung harus menaiki tangga sekitar 700 anak tangga dari gerbang utama. Yang membedakan makam wali lainnya dengan Makam Sunan Muria adalah Makam Sunan Muria merupakan objek wisata religi yang merupakan salah satu wisata religi yang terletak di lereng gunung. Wisata religi Makam Sunan Muria sering ramai pengunjung pada bulan-bulan tertentu seperti bulan besar atau Dzulhijjah, dan bulan suro. Makam Sunan Muria Kudus yang sedang diteliti oleh peneliti wisata tersebut memiliki banyak potensi wisata karena memiliki makna religius bagi banyak orang (Purwadi, 2006).

Sejumlah peneliti telah mengkaji mengenai ekonomi kreatif sebagai temanya penelitiannya, salah satunya adalah Penelitian yang dilakukan oleh Siti Nur Azizah dan Muftihatun dengan judul "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (*Study Case* di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)". Penelitian ini membahas tentang pembuatan kerajinan tangan yang dapat membantu meningkatkan ekonomi lokal dan kehidupan sosial dengan mengintegrasikan sektor ekonomi dan sosial dengan usaha yang optimal, strategi tersebut mewujudkan sebuah generasi budaya baru yang menjunjung semangat lokalitas. Pada pandan *handycraft* SDM ini mencakup sumber daya menganyam, sumber daya mengrajin, sumber daya *marketing*, dan sumber daya *modern entertainment* yang saling berkontribusi untuk membangun budaya, dan mengantarkan pandan *handycraft* menuju pola industri yang dapat menembus pasar modern melalui harmonisasi manusia dengan alam (Siti dan Muftihatun, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Munajim, et al. dengan judul "Peranan Wisata Religi Makam Pangeran Panjunan dan Pangeran Kejaksan Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif". Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan tentang pentingnya wisata religi bagi perekonomian di Desa Babakan, Kecamatan Sumber, Kabupaten Cirebon. Penelitian tersebut juga menjelaskan bagaimana berbagai penelitian telah dilakukan di situs suci Plangon, dan betapa pentingnya peran pemerintah dalam wisata religi. Dari hasil penelitian tersebut proses pengelola dan juru kunci merasa diuntungkan karena proses pengembangan bisa dilakukan dan bisa terselesaikan begitu pun dari warga atau pedagang setempat merasa diuntungkan karena dengan keaktifan wisata tersebut dapat membuat pengunjung dengan pengembangan potensi pariwisata ini karena bisa merasa lebih nyaman dan tenang. Dampak pengembangan potensi pariwisata dalam membantu perekonomian masyarakat terbilang positif, semua pihak terkena dampak dari pengembangan potensi ekonomi kreatif pariwisata religi serta merasa sering mampir di warung, dan dari pengunjung merasa diuntungkan dengan adanya keaktifan dari berbagai kegiatan wisata tersebut (Ahmad et al., 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Aan Jaelani, et al. dengan judul “Religi, Budaya, dan Ekonomi Kreatif: Prospek dan Pengembangan Pariwisata Halal di Cirebon”. Penelitian ini menjelaskan pada potret wisata religi dan ziarah sebagai *religious heritage tourism* di Cirebon, pengelolaan industri pariwisata dan pengembangan ekonomi kreatif di Cirebon, dan potret Cirebon sebagai sentra wisata, budaya, dan ekonomi kreatif. Aktivitas pariwisata termasuk sentra religi, budaya dan ekonomi kreatif di Cirebon berkembang secara terpisah dari sisi kebijakan pemerintah daerah, pelaksanaan program-program, dan strategi pengembangan kawasan wisata baik di kota dan kabupaten Cirebon dan dapat disimpulkan bahwa Cirebon memosisikan diri sebagai salah satu destinasi bagi pengembangan wisata halal yang menjadi sentra industri pariwisata di masa mendatang (Aan et al., 2017).

Berdasarkan atas hasil riset-riset sebelumnya, yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah belum ada yang spesifik mengkaji lebih khusus dan lebih mendalam lagi mengenai pengembangan ekonomi kreatif di kawasan wisata religi, para pedagang banyak yang kurang memperhatikan mengenai inovasi baru dalam usahanya dan memberikan dampak penjualan yang lebih signifikan. Banyak pedagang yang memasok dagangannya dari luar daerah, dan masyarakat Desa Colo terutama pelaku usaha yang ada di kawasan wisata religi Masjid dan Makam Sunan Muria memanfaatkan peluang usaha untuk memperkenalkan objek wisata salah satunya dengan memperkenalkan produk kreatif. Alhasil ini menjadikan peluang bagi masyarakat sehingga mampu memberikan pendapatan kepada mereka yang bersumber dari penjualan dan kuantitas pengunjung yang datang.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis kebudayaan yang ada, selain itu masyarakat Desa Colo dan sekitar objek wisata yang berprofesi sebagai pedagang mempunyai harapan dagangan yang mereka tawarkan. Pengunjung selama perjalanan melewati tanjakan, disuguhi pemandangan pegunungan dan ketika sampai di lokasi harus berjalan kaki melewati anak tangga atau jasa ojek Muria diharapkan menjadi salah satu daya tarik pengunjung. Keberadaan wisata tersebut dapat memberikan masukan bagi daerah atau masyarakat sekitar karena dengan pengunjung membelanjakan uang yang dibawa untuk membeli keperluan seperti sandang pangan maupun cinderamata. Artinya bahwa Pengembangan Ekonomi Kreatif Wisata Religi di Makam Sunan Muria Kudus adalah hal yang perlu dikaji dalam upaya menciptakan lapangan pekerjaan dan peningkatan pendapatan masyarakat.

2. Kajian Pustaka

2.1 Pariwisata

Pariwisata secara terminologi berasal dari bahasa Sanskerta, terdiri dari dua suku kata yaitu “pari” dan “wisata”. Pari mempunyai arti banyak, berkali-kali, dan lain-lain, sedangkan kata wisata mempunyai arti perjalanan atau bepergian. Pariwisata merupakan kegiatan perpindahan seseorang dari tempat tinggal ke tempat lain yang berpotensi wisata untuk dinikmati potensi wisatanya (Fadhil, 2020). Menurut Undang-undang No. 10 tahun 2009, pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang melibatkan penggunaan fasilitas dan layanan yang tersedia di masyarakat, yang disediakan oleh pengusaha, dan pemerintah (UU No. 10, 2009). Pariwisata berperan penting dan memberikan pengaruh yang besar terhadap peningkatan pendapatan penduduk serta pengembangan ekonomi kreatif, di antaranya yaitu: Menciptakan lapangan kerja; adanya pembaruan sarana prasarana di sekitar daerah wisata; menambah penghasilan pemerintah dan masyarakat; keamanan dan ketertiban meningkat. Dampak adanya pariwisata

dalam masyarakat antara lain yaitu dampak sosial ekonomi dan dampak sosial budaya. Dampak sosial ekonomi meliputi: pendapatan masyarakat dan pemerintah, peluang kerja, pembangunan infrastruktur, pertukaran valuta asing (I Gusti, 2017). Sedangkan dampak sosial budaya meliputi: bidang kesenian, adat istiadat dan sejarah, traksi wisata merupakan hal-hal yang indah dan menarik untuk dilihat.

Sektor pariwisata dapat memberikan dampak yang besar terhadap perekonomian di suatu wilayah, dan dapat membantu merangsang pertumbuhan dengan menciptakan lapangan kerja dan menghasilkan pendapatan. Ada tiga aspek pariwisata: ekonomi (bagaimana hal itu mempengaruhi ekonomi), sosial (bagaimana hal itu mempengaruhi kehidupan masyarakat), dan budaya (bagaimana hal itu mempengaruhi cara orang berpikir dan berperilaku). Ketiga aspek tersebut dapat membantu memacu pertumbuhan ekonomi. Langkah utama dalam strategi pengembangan kepariwisataan adalah:

1. Jangka pendek membuat pariwisata bekerja lebih signifikan, dengan ini dapat meningkatkan kualitas tenaga kerja, meningkatkan kualitas manajemen, dan peningkatan kualitas produk.
2. Jangka menengah atau pemantapan diprioritaskan dalam jangka menengah, terutama dalam penguatan *way of tourism* Indonesia, penggabungan kemampuan manajemen, pengembangan dan diversifikasi produk, serta pengembangan jumlah dan kualitas tenaga kerja.
3. Jangka panjang atau prioritas jangka panjang adalah mengembangkan dan menyebarkan produk dan layanan untuk meningkatkan kemampuan manajemen, meningkatkan distribusi produk dan layanan, meningkatkan pasar pariwisata baru, dan mengembangkan kualitas dan jumlah tenaga kerja (Maghfiroh, 2021).

2.2 Wisata Religi

Wisata religi merupakan wisata yang identik dengan situs dan kegiatan keagamaan. Wisata religi ditujukan khusus untuk wisatawan muslim, namun tidak termasuk pelayanan kepada wisatawan non muslim. Misalnya, beberapa hotel harus menyediakan fasilitas yang dirancang khusus untuk ibadah umat Islam, dan harus menyediakan makanan dan minuman halal. Mereka juga dapat menyediakan area terpisah untuk wanita dan pria, dan memberi tahu pengunjung kapan waktu salat bagi orang Islam. Wisata religi juga mencakup transportasi yang membawa orang ke tempat-tempat penting keagamaan. Maskapai sering memberikan informasi tentang kapan waktu memulai salat selama penerbangan atau dapat juga salat di sebuah pesawat (Nidya, 2019).

2.2.1 Kriteria Umum Wisata Religi

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta Badan Pengurus Harian Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), mengklasifikasikan wisata religi memiliki kriteria umum sebagai berikut. Berorientasi pada kemaslahatan umum, berorientasi pada pengalaman spiritual, penyegaran dan ketenangan, menjauh dari maksiat, menjauh dari kemusyrikan dan *khufarat*, menjaga amanah, keamanan dan kenyamanan, menjaga tindakan, sikap, etika dan nilai-nilai luhur kemanusiaan seperti tindakan asusila, menjaga kelestarian lingkungan, bersifat universal dan inklusif, menjaga dan melestarikan nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

2.2.3 Karakteristik Wisata Religi

Berikut 8 faktor wisata religi yang diukur dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk pengunjung dapat mempunyai karakteristik tersendiri, yaitu wisatawan dilayani sesuai dengan ketentuan dalam syariah Islam, kegiatan diatur dengan tujuan tidak bertentangan sesuai syariat Islam, pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam, restoran mengikuti standar internasional dalam pelayanan halal, struktur Bangunan sesuai dengan aturan Islam, layanan transportasi dilengkapi keamanan sistem proteksi, tujuan perjalanan wisata tidak bertentangan dengan prinsip Islam, wisatawan yang berkunjung disediakan tempat sesuai syariat Islam.

2.3 Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif Indonesia penting untuk perkembangan ekonomi dan pertumbuhan bisnis. Ini adalah sebuah jenis industri baru yang menghadapi tantangan globalisasi. Menurut John Howkins (2001) pertama kali memperkenalkan ekonomi kreatif secara konsep dalam bukunya yang berjudul "Creative Economy, How People Make Money from Ideas". Teori ekonomi baru dikenal dengan julukan "ekonomi kreatif" digambarkan sebagai perpaduan pengetahuan, inovasi, dan keterampilan yang mengandalkan ide, konsep, dan informasi dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi. Metode untuk mencapai pembangunan berkelanjutan melalui inovasi adalah ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan bentuk manifestasi dari kegigihan menjalani kehidupan dari negara-negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan oleh ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang tidak hanya dapat diperbarui, melainkan tidak terbatas, seperti ide, bakat, dan kreativitas. (Mari, 2008).

2.3.1 Ruang Lingkup Ekonomi Kreatif

Penpres nomor 72 Tahun 2015 tentang perubahan atas peraturan Presiden nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif telah mengklasifikasi ulang sub-sektor industri kreatif dari 15 sub-sektor menjadi 16 sub-sektor. Definisi ke-16 sub-sektor industri kreatif tersebut mengacu pada publikasi "Ekonomi Kreatif, Kekuatan baru Indonesia menuju 2025, rencana aksi jangka menengah 2015-2019, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Sub-sektor dari industri kreatif adalah : aplikasi dan *game*, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, music, *fashion*, film, animasi, video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, televisi dan radio (Mauled, 2010).

2.3.2 Pokok Ekonomi Kreatif

Dalam ekonomi kreatif ada beberapa hal pokok yang menjadi dasar dalam pengembangannya yaitu kreativitas, inovasi dan penemuan. Kreativitas (*creativity*) merupakan keahlian untuk memunculkan inovasi baru dan menjadi solusi masalah yang ada, melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (*thinking out of the box*). Kreativitas merupakan sesuatu yang dapat digunakan untuk membantu diri sendiri dan orang lain. Orang yang sangat kreatif dapat menghasilkan hal-hal yang unik dan menarik, yang membuatnya diminati orang lain. Inovasi (*innovation*) adalah ketika seseorang menemukan suatu ide baru yang lebih baik dari apa yang sudah ada. Dengan ini dapat dilakukan dengan menggunakan penemuan yang ada untuk menciptakan sesuatu yang baru yang ingin dibeli orang. Ini membuat penemuan Anda lebih berharga, sehingga dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi. Penemuan (*invention*) adalah tentang memunculkan ide-ide baru dan cara menggunakan teknologi untuk membuat hidup kita

lebih mudah. Misalnya, aplikasi seperti Android dan IOS adalah penemuan yang membantu kita melakukan hal-hal seperti berkomunikasi dan tetap teratur (Puspa, 2010).

2.3.3 Aktor dalam Ekonomi Kreatif

Pengembangan ekonomi kreatif ada beberapa campur tangan dari pihak lain dengan tujuan memaksimalkan proses pengembangan ekonomi kreatif tersebut. Salah satu aktor yang ikut memaksimalkan proses pengembangan ekonomi kreatif adalah Cendekiawan, pebisnis, dan pemerintah. Cendekiawan (*intellectuals*) merupakan seseorang yang sangat pandai dalam memahami seni dan menerapkan ilmunya. Mereka mempelajari perkembangan ekonomi kreatif dan membantu menyebarkan pengetahuan tentang seni dan teknologi. Cendekiawan dalam konteks industri kreatif mencakup seorang budayawan, seniman, punakawan, begawan, para pendidik di lembaga pendidikan, para pelopor paguyuban, padepokan, sanggar budaya, dan seni, individu atau kelompok studi dan peneliti, penulis, dan tokoh lainnya. Mereka juga dapat ditemukan bekerja di lembaga pendidikan, di dunia seni dan budaya, atau di departemen penelitian. Pebisnis (*business*) merupakan seseorang yang membantu atau mengembangkan suatu usaha atau industri agar menjadi maju. Mereka melakukan ini dengan memasukkan produk dan ide baru ke pasar, dan dengan menegosiasikan kesepakatan dengan pebisnis lain. Mereka juga merupakan konsumen penting dari banyak industri kreatif. Aktor pebisnis merupakan suatu pelaku usaha, investor, dan pencipta teknologi-teknologi baru, serta konsumen industri kreatif. Pemerintah (*government*) merupakan organisasi yang memiliki kekuasaan untuk mengelola negara, sebagai unit politik, atau aparaturnegara. Pemerintah pusat dan pemerintah daerah berperan menjadi aktor penting yang terkait mengenai pengembangan ekonomi kreatif. Pemerintah pusat meliputi departemen dan lembaga. Pemerintah daerah meliputi pemerintah daerah tingkat I, pemerintah daerah tingkat II, sampai dengan tingkat hierarki pemerintahan daerah yang paling bawah. Pemerintah bertugas menyediakan mekanisme program, seperti dukungan ide bisnis, yang membantu mengembangkan ekonomi kreatif. Pemerintah mempunyai peran sebagai fasilitator dan advokat, memberikan stimulasi, tantangan, dan pendorong ide bisnis bergerak ke tingkat kompetensi yang lebih tinggi (Rochmat, 2016).

3. Metodologi

Kantor BAZNAS Kabupaten Banjarnegara yang terletak di Jl. Dipayuda No. 16 Banjarnegara, Jawa Tengah 53414 merupakan objek dalam penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh muzaki yang menyalurkan zakat. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik *non-probability sampling* yaitu teknik pemilihan sampel yang tidak menyediakan kesempatan atau peluang yang sama untuk anggota populasi yang diseleksi menjadi sampel penelitian (Sugiyono, 2017). Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yakni teknik untuk menentukan sampel dengan kriteria tertentu (Sugiyono, 2017). Kriteria responden dalam penelitian ini adalah muzaki yang membayar zakat di BAZNAS Banjarnegara dan minimal sudah menjadi muzaki yang membayar zakat di BAZNAS selama 1 tahun.

Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang ada di BAZNAS Kabupaten Banjarnegara. Kuesioner atau angket dipilih dan disusun berdasarkan variabel yang digunakan dalam penelitian dengan disediakannya jawaban yang nantinya akan

dipilih responden sesuai dengan pertanyaan-pertanyaan yang sudah tercantum dalam kuesioner atau angket.

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian *field research* dalam proses penelitiannya. Penelitian *field research* yaitu penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan datang langsung ke lokasi penelitian atau disebut dengan penelitian lapangan. Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk menganalisis kondisi, kehidupan, situasi ataupun peristiwa pada tempat penelitian sesuai dengan fakta, serta mewawancarai atau berinteraksi kepada narasumber sehingga diharapkan dapat gambaran yang lebih menyeluruh pada kondisi tempat penelitian. Subjek penelitian ini adalah pedagang produk ekonomi kreatif yang berada di kawasan wisata religi masjid dan Makam Sunan Muria Kudus (Colo), ketua Yayasan Masjid dan Makam Sunan Kudus, dan Kepala Desa Colo. Pendekatan pada penelitian ini studi kasus untuk meneliti penelitian secara mendalam terhadap suatu individu, kelompok, organisasi, ataupun lembaga (Deddy, 2018).

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.2.1 Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah dialog percakapan secara tatap muka antara dua orang atau lebih yang difokuskan pada masalah tertentu. Ada dua pihak posisi yang berbeda dalam proses wawancara. Pertama, orang yang melakukan wawancara atau bertindak sebagai penanya, dan kedua, informan yang berfungsi sebagai sumber informasi. Adapun jumlah narasumber yang di wawancarai berjumlah 16 orang. Peneliti melakukan wawancara kepada ketua Pengurus Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria, kepala Desa Colo, dan pelaku usaha.

3.2.2 Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan informasi dari rekaman dan foto yang berasal dari sumber non-manusia. Metode dokumentasi, menurut Bungin, merupakan strategi di mana salah satu metode pengumpulan data digunakan dalam penelitian sosial untuk melacak data historis yang pernah terjadi. Peneliti menggunakan metode ini bertujuan untuk memperoleh data-data yang ada di Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria Kudus, yakni struktur organisasi, AD/ART lembaga, surat kabar, dokumen dan lain sebagainya.

3.3 Metode Analisis Data

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam proses menganalisis data adalah sebagai berikut:

3.3.1 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data diartikan sebagai rangkuman dari penelitian dan mencari tema yang tepat dari data tersebut. Data yang telah peneliti rangkum yaitu berupa analisa pengembangan ekonomi kreatif di kawasan wisata religi masjid dan Makam Sunan Muria (Imam, 2015).

3.3.2 Penyajian Data (*Data Display*)

Data display merupakan kumpulan dari berbagai informasi yang disusun agar dapat dipahami dan menghasilkan kesimpulan. Tahap ini seorang peneliti harus memahami dan juga mengkaji kembali reduksi data. Data penelitian ini disajikan dalam bentuk narasi singkat mengenai hasil penelitian pada pengembangan ekonomi kreatif di tempat wisata religi Makam Sunan Muria Kudus (Choirul, 2013).

3.3.3 Verifikasi (*Concluding drawing*)

Concluding drawing/verification diartikan sebagai penarikan kesimpulan dan verifikasi. Proses penelitian dari sebuah penyusunan penarikan tidak didukung secara valid dan juga data yang sudah direduksi. Seorang peneliti pada awal pengumpulan data akan melakukan pencatatan dan memberikan makna terhadap segala yang telah dilihat atau diwawancarai. Proses penarikan kesimpulan dilakukan dari data yang telah dianalisis. Data-data yang telah didapat pada saat penelitian melakukan reduksi data maka akan disajikan dalam bentuk *data display* dan penarikan kesimpulan. Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dengan wawancara dan observasi mengenai pengembangan ekonomi kreatif di tempat wisata religi Makam Sunan Muria Kudus (Amir, 2019).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Kegiatan Ekonomi Kreatif yang Dapat Dikembangkan di Daerah Kawasan Wisata Religi Makam Sunan Muria Kudus

Kawasan wisata religi Makam Sunan Muria Kudus terdapat beberapa kegiatan ekonomi kreatif. Berikut kegiatan ekonomi kreatif yang berada di daerah tersebut:

4.1.1 Kerajinan

Kerajinan merupakan kreativitas seseorang atau kelompok yang menghasilkan sebuah karya produk yang bernilai. Kerajinan di kawasan wisata religi tersebut banyak yang diperjualbelikan oleh para pelaku usaha kepada para pengunjung seperti hasil kerajinan yang berbahan kayu kaoka (cincin, gelang, kalung), kerajinan berbahan kayu (pijatan, tempat Al-Qur'an, centong nasi, dan lain-lain), aksesoris oleh-oleh, kaligrafi, rebana, lukisan, tas anyaman, dan yang lainnya. Semua kerajinan itu merupakan produk khas oleh-oleh dari wisata religi di Makam Sunan Muria.

4.1.2 Pakaian (Fesyen)

Usaha ekonomi kreatif yang dijalankan para pelaku usaha di kawasan wisata religi Masjid dan Makam Sunan Muria Kudus didominasi oleh produk fesyen (pakaian muslim dan pelengkapannya). Adanya kawasan wisata religi ini masyarakat memanfaatkan peluang untuk berjualan pakaian, dikarenakan pakaian dapat dijual kapan saja, lebih aman dan fleksibel. Produk khas oleh-oleh Sunan Muria yang diperjualbelikan yaitu pakaian yang bergambar wajah Sunan Muria, bertuliskan nama Kanjeng Sunan Muria, dan baju yang bergambar gapura Sunan Muria. Selain produk pakaian, para pelaku usaha juga banyak yang berjualan sebagai pelengkap penampilan seperti blangkon, sorban, peci, sajadah, dan lainnya.

4.1.3 Kuliner (Makanan/Minuman)

Usaha ekonomi kreatif yang dijalankan para usaha dalam industri kuliner, dalam kegiatan persiapan, pengolahan, dan penyajian produk makanan dan minuman yang menjadi unsur kreativitas, tradisi dan kearifan lokal, serta estetika yang diakui oleh lembaga kuliner sebagai elemen terpenting dalam peningkatan cita rasa dan nilai produk tersebut, guna menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen, kawasan wisata religi tersebut dijadikan peluang untuk mengembangkan ekonomi kreatif setempat menjadi kuliner yang ternilai. Salah satu produk kuliner setempat yang dikembangkan para usaha seperti parijoto yang dijadikan minuman kemasan, teh, kripik, dan sirup, kopi Muria yang dijadikan aneka macam minuman kopi, daun pakis yang dijadikan kripik pakis dan pecel pakis, talas yang bisa dijadikan olahan kripik talas, dan aneka kuliner lainnya (Mauled, 2010).

4.2 Upaya Pelaku Usaha terhadap Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kawasan Wisata Religi Makam Sunan Muria Kudus

4.2.1 Membuka Lapangan Pekerjaan

Adanya lapangan pekerjaan dapat mengeksplorasi bakat dari masyarakat setempat untuk di aplikasikan dan dikembangkan. Para pelaku usaha terkhusus para pengrajin di Desa Colo banyak yang membutuhkan tenaga kerja (karyawan) guna bisa bekerja di tempat mereka dan bisa mengurangi angka pengangguran di desa tersebut. Peluang pekerjaan di bidang kerajinan masih sangat mudah diperoleh jika pekerjaannya ditekuni dan dikembangkan.

4.2.2 Meningkatkan Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah yang diterima dari penghasilan seseorang dari hasil kerjanya atau dari hasil barang yang telah dijual. Jika para pelaku usaha bisa menjual produk melebihi target maka profit pendapatan juga akan semakin meningkat. Begitu pun sebaliknya, jika penjualan produk di bawah target maka profit juga akan semakin berkurang. Para pedagang di Kawasan Masjid dan Makam Sunan Muria juga terus berusaha untuk meningkatkan pendapatannya.

4.2.3 Tekun Menjalani Usaha

Salah satu upaya pengembangan ekonomi kreatif di Kawasan wisata religi Masjid dan Makam Sunan Muria adalah dengan cara tekun dalam menjalani bisnis usaha. Perjalanan para pelaku usaha dibidang ekonomi kreatif adalah harus terus berusaha tekun menjalani usaha untuk berkembang dengan cara meningkatkan kualitas dan tetap mencari inovatif produk lainnya. Adanya bakat, keberuntungan, dan kepintaran itu masih belum cukup jika tidak dibarengi konsistensi dalam berbisnis. Banyak pelaku usaha di Desa Colo yang akhirnya *gulung tikar* karena alasan belum siap bersaing. Angka pengrajin di desa setempat masih rendah, seharusnya banyak masyarakat yang melihat adanya peluang emas tersebut jika usahanya ditekuni. Untuk saat ini Desa Colo terkenal dengan aneka ragam produk dari parijoto dan kopi Muria, kebanyakan masyarakat menekuni profesi tersebut karena banyaknya hasil tani parijoto yang melimpah dan Desa Colo merupakan salah satu desa yang hasil pertaniannya 80% parijoto.

4.3 Peran Pemerintah dan Cendekiawan dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif di Tempat Wisata Religi Makam Sunan Muria Kudus

Pemerintah dapat diartikan sebagai organisasi yang memiliki kekuasaan guna membuat dan menerapkan hukum yang terdapat di dalam undang-undang di wilayah masyarakat tertentu. Peneliti membutuhkan responden dari pemerintahan yaitu pemerintah kelurahan Desa Colo Kudus yang terkait dengan kemajuan ekonomi kreatif di daerah kawasan wisata religi Masjid dan Makam Sunan Muria Kudus. Pemerintah Desa Colo mempunyai peran sebagai pengelola sistem bisnis. Pemerintah Daerah Kudus melalui kantor Kelurahan Colo Kudus secara langsung mengatur dan mengawasi kegiatan ekonomi kreatif di wisata religi tersebut. Menurut Bapak MC. Destari Andryasmoro selaku Kepala Desa Colo, beliau menuturkan jika peran pemerintah yaitu memberikan wadah pelaku usaha dalam bentuk paguyuban, ikut membina diadakannya pertemuan minimal diadakan satu bulan sekali dengan tempat kondisional. Mengadakan sosialisasi-sosialisasi tentang ekonomi kreatif seperti sosialisasi pengelolaan atau cara memproduksi barang menjadi produk kreatif dengan mendatangkan tenaga ahli, membantu mempromosikan produk seperti di acara-acara yang diselenggarakan melalui pihak kantor desa, dan merawat infrastruktur. Mengadakan sosialisasi tentang BPJS Ketenagakerjaan, sosialisasi pembinaan pengelolaan UMKM, membantu dalam hal pengenalan produk dalam acara *workshop* ada yang di dalam kota dan di luar kota yang sistemnya ada yang diundang dan ada yang didaftarkan, serta usaha pemerintah desa dalam hal pinjaman modal selama pandemi sebesar lima juta (Informan 1, 2022).

Cendekiawan dapat diartikan sebagai seseorang yang ahli dalam mengolah seni dan ilmu pengetahuannya dalam proses penerapan ilmu. Definisi di atas mengenai cendekiawan ditentukan dari keinginan menerapkan ilmu, dan mengamalkannya. Cendekiawan dalam ruang ekonomi kreatif mencakup budayawan, seniman, punakawan, Begawan, para pendidik, para pelopor di paguyuban, padepokan, dan sanggar budaya yang terkait dari pengembangan ekonomi kreatif (Rochmat, 2016). Wawancara bersama dengan cendekiawan (Drs. Abdul Manaf) selaku ketua Yayasan Masjid dan Makam Sunan Muria masa khidmah 2022-2027, memperoleh hasil jika peran cendekiawan dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Masjid dan Makam Sunan Muria Kudus yaitu dengan mendukung perkembangan ekonomi kreatif dan memberikan kebebasan kreasi sesuai persetujuan bersama, serta merenovasi kios-kios di bawah naungan yayasan yang rusak atau sudah masuk waktu perawatan. Selain itu, yayasan juga mengadakan koordinasi pedagang dengan yayasan selama satu bulan sekali, mengadakan acara *halal bi halal* ketika hari raya Idul Fitri, dan dua tahun sekali Yayasan mengadakan ziarah bersama para pedagang di bawah naungan yayasan ke Makam Walisongo.

5. Simpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai pengembangan ekonomi kreatif wisata religi di Makam Sunan Muria Kudus, kesimpulannya bahwa keberadaan Makam Sunan Muria sangatlah mempengaruhi perekonomian masyarakat setempat karena dapat meningkatkan pendapatan. Masyarakat melakukan kegiatan ekonomi kreatif mulai dari kerajinan, pakaian (*fashion*), dan kuliner. Upaya pelaku usaha dalam pengembangan ekonomi kreatif di tempat wisata religi Makam Sunan Muria yaitu, *pertama* membuka lapangan pekerjaan, *kedua* meningkatkan pendapatan, yang *ketiga* tekun dalam menjalani usaha. Peran pemerintah dalam

pengembangan ekonomi kreatif wisata religi di tempat Makam Sunan Muria meliputi pemberian wadah bagi pelaku usaha dalam bentuk paguyuban, mengadakan pertemuan minimal 1 bulan sekali tempat kondisional, mengadakan sosialisasi pengelolaan menjadi produk kreatif dengan mendatangkan tenaga ahli, membantu dalam promosi produk di *event* yang diselenggarakan pihak desa. Mengadakan sosialisasi BPJS Ketenagakerjaan, sosialisasi pembinaan pengelolaan UMKM, dan memberikan pinjaman modal selama pandemi sebesar lima juta. Sedangkan, peran cendekiawan dalam upaya membantu pengembangan ekonomi kreatif wisata religi di tempat Makam Sunan Muria yaitu memberikan dukungan di kegiatan ekonomi kreatif, memberikan kebebasan berkreasi, merawat infrastruktur termasuk kios yang di bawah naungan yayasan, mengadakan pertemuan dengan pedagang satu bulan sekali, mengadakan acara *halal bi halal* di Hari Raya Idul Fitri, dan dua tahun sekali yayasan mengadakan ziarah gratis ke Makam Walisongo bersama para pedagang.

Daftar Pustaka

- Arjana, I Gusti Bagus. (2015). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Azizah, Siti Nur dan Muhfiatun. (2017). "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus *Handicraft* dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta)", *Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*. Vol.17 (2).
- Firdausy, Carunia Mulya. (2017). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. edisi 1. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Gunawan, Imam. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara. 160-161.
- Hamzah, Amir. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif Rekonstruksi Pemikiran Dasar serta Contoh Penerapan Pada Ilmu Pendidikan, Sosial dan Humaniora*. Malang: Anggota IKAPI.
- Jaelani, Aan dkk. (2017). "Religi, Budaya dan Ekonomi Kreatif: Prospek dan Pengembangan Pariwisata Halal di Cirebon". *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam* Vol.2 (2).
- Kriteria Umum Pariwisata Syariah Karakteristik Pariwisata Syariah Komponen Usaha Pariwisata Syariah, <https://text-id.123dok.com/document/myj83vopq-kriteria-umum-pariwisata-syariah-karakteristik-pariwisata-syariah-komponen-usaha-pariwisata-syariah.html>. Di akses pada 31 Maret 2022 Pukul 10.25 WIB.
- Maghfiroh, Arivatu Ni'mati Rahmatika. (2021). "Strategi Pengembangan Wisata Guna Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Pada New Normal (Studi Kasus di Agrowisata Bale Tani Jombang)". *Youth & Islamic Economic Jurnal* Vol. 02 (01).
- Moelyono, Mauled. (2010). *Menggerakkan Ekonomi Kreatif antara Tuntutan dan Kebutuhan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 234.
- Mulyana, Deddy. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 247.
- Munajim, Ahmad dkk. (2021). "Peranan Wisata Religi Makam Pangeran Panjunan dan Pangeran Kejaksan Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif". *Ecopreneur: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol.2 (2).
- Pangestu, Mari Elka. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. (Jakarta: Departemen Perdagangan RI).
- Pemerintah Dorong Pemulihan Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Diakses pada 24 Maret 2022 pukul 10.26 WIB.<http://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3332/pemerintah-dorong-pemulihan-sektor-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif>.
- Purnomo, Rochmat Aldy. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.

- Purwadi. (2006). *Jejak Para Wali dan Ziarah Spiritual*. Jakarta : Kompas.
- Rini, Puspa dan Siti Czafrani. (2010). "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal oleh Pemuda dalam Rangka Menjawab Tantangan Ekonomi Global". *Jurnal UI Untuk Bangsa Seri Sosial dan Humaniora* Vol.1. 20.
- Saksono, Herie. (2012). "Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah". *Jurnal Bina Praja* Vol 4 (2).
- Salah, Choirul dkk. (2013). *Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Aparatur*. Malang: Universitas Brawijaya Press. 145.
- Surur, Fadhil. 2020. *Wisata Halal; Konsep dan Aplikasi*. Makasar: Alauddin University Press.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sayekti, Nidya Waras. (2019). "Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia". *Kajian* Vol.24 (3).
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Widagdo, Ridwan, dan Sri Rokhlinansari. (2017). "Dampak Keberadaan Pariwisata Religi Terhadap Perkembangan Ekonomi Masyarakat Cirebon". *Jurnal Al-Anwal*. Vol. 9(1).