

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu sektor industri yang sekarang dan kedepan yang terlihat akan berkembang positif yaitu dari sektor industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Tetapi dalam lingkup industri tersebut Indonesia perlu mengejar dan menyaingi dengan kompetitor negara pesaing lainnya yang sama sama sedang melakukan pengembangan pariwisata melalu potensi industri kreatif didalamnya.¹ Indonesia memiliki beragam kawasan dengan potensi pariwisata yang sangat besar. Keberagaman potensi pariwisata di berbagai daerah ini memberikan pilihan yang lebih banyak bagi para wisatawan, yang pada gilirannya meningkatkan jumlah kunjungan wisata. Hal ini diharapkan akan mendatangkan lebih banyak wisatawan yang berkunjung. Jumlah wisatawan yang datang ke suatu daerah berhubungan langsung dengan pendapatan daerah tersebut. Semakin banyak pengunjung yang datang ke destinasi pariwisata tertentu, semakin besar pula pengeluaran yang mereka lakukan di daerah tersebut, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan daerah tersebut.²

Pariwisata mempunyai berbagai macam sudut pandang, baik dari letak, dampak perekonomian, durasi kunjungan, destinasi wisata, kuantitas pengunjung maupun objek wisata. Dalam aktivitas pariwisata terdiri dari wisatawan, sarana, daya tarik dan jasa wisata. Untuk mengenal berbagai macam pariwisata dapat diamati dari berbagai perspektif agar dapat menafsirkan lebih jauh seperti apa sangkut paut wisata.³

Jika ditinjau dari perspektif Islam, setiap muslim diperkenankan berpariwisata ketika dengan maksud dan tujuan yang benar untuk mensyukuri karya ciptaan Allah, tadabbur, bisa memetik hikmah pelajaran baik, mengenal dan memahami perbedaan budaya

¹ Sapta Nirwandar, *Building Indonesia WOW Indonesia Tourism and Creative Industry* (Jakarta: Gramedia, 2014), 5.

² Novi Dwi Purwanti dan Retno Mustika Dewi, "Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mojokerto Tahun 2006-2013," *Jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya 2*, no. 3 (2014): 2.

³ Fauziah Eddyono, *Pengelolaan Destinasi Pariwisata* (uwais inspirasi indonesia, 2021).37.

yang bertujuan untuk menambah keimanan ketaqwaan kepadaNya. Dalam surat Al Hujurat ayat 13 Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: *“Wahai Manusia! Sungguh, kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian kami dan jadikan kamu berbangsa bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sungguh, yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sungguh, Allah maha mengetahui, Mahateliti.”* (QS. Al Hujurat:13) ⁴

Sektor pariwisata jika digarap dengan benar akan menjadi pemasukan besar bagi negara, hal ini sudah diperhatikan oleh pemerintah dengan semakin gencar dalam mensosialisasikan berbagai bentuk kebijakan yang ditujukan untuk mengembangkan, mengatur dan mengelola pariwisata dalam rancangan pembangunan Industri Ekonomi Kreatif di Indonesia, tindakan tersebut menunjukkan bahwa pemerintah kita telah sadar akan adanya potensi besar yang ditawarkan oleh industri wisata, apalagi dengan kontribusi sektor pariwisata pada tahun 2012 menyumbang devisa bagi negara sebesar 10 Miliar USD dan menempatkan industri wisata berada di urutan ke empat sebagai penyuplai devisa bagi negara sekaligus menciptakan 10,2 juta lapangan pekerjaan atau setara 8,9% dari keseluruhan tenaga kerja.⁵

Wisata terdiri dari beberapa jenis antara lain wisata religi, wisata bahari, wisata kuliner, dan sebagainya. Data Badan Pusat Statistik pada tahun 2018 mencatat bahwa 87,18% persen penduduk Negara Indonesia Mayoritas merupakan pemeluk agama islam, hal ini menjadi potensi perekonomian yang sangat besar yang mana pengoptimalisasian Wisata halal apabila berjalan dengan baik akan berperan untuk kesejahteraan masyarakat seandainya bertambahnya lokasi wisata halal di sekitar mereka. Melihat potensial dari wisata halal tersebut kementerian pariwisata merilis 13 Provinsi yang sudah menyongsong dan bersiap diri untuk menjadi tempat destinasi wisata

⁴ Alquran, Al-hujurat ayat 13, *Al-Qur'an dan terjemahnya* (Jakarta: Departemen Agama Islam, 2009), 517.

⁵ Afifah Nur Millatina, dkk, “Peran Pemerintah Untuk Menumbuhkan Potensi Pembangunan Pariwisata Halal Di Indonesia,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 5, no. 1 (2019): 97-98.

halal diantaranya Aceh, Banten, Sumbar, Riau, Lampung, DKI Jakarta, Jabar, Jatim, Jogjakarta, Sulsel, NTB, Bali, dan Jawa Tengah.⁶

Wisata memiliki cakupan yang luas, dan jika kita menggambarkan perkembangan pariwisata sebagai kepala kereta api, maka kita akan melihat munculnya manfaat wisata yang bercabang ke berbagai sektor. Salah satu sektornya yang bisa tumbuh seiring dengan perkembangan pariwisata adalah sektor Ekonomi kreatif.⁷

Ekonomi kreatif dan sektor pariwisata adalah dua elemen yang memiliki dampak saling memengaruhi dan dapat menjadi penggerak secara efektif jika dikelola dengan cermat. Konsep kegiatan pariwisata bisa diuraikan menjadi tiga faktor utama, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*. *Something to see* berkaitan dengan objek wisata atau atraksi yang ada di tujuan wisata tersebut, *something to do* terkait dengan kegiatan atau aktivitas yang bisa dinikmati oleh wisatawan di daerah tersebut, sementara *something to buy* terkait berbagai produk atau barang yang dapat dibeli sebagai kenang-kenangan atau oleh-oleh wisatawan saat berkunjung ke daerah wisata tersebut. Dari tiga konsep tadi, ekonomi kreatif dapat masuk melalui *something to buy* dengan menciptakan bermacam produk-produk kreatif khas daerah setempat. Kekuatan membangun ekonomi kreatif sangat ditentukan oleh kerjasama ketiga penggerak utama yakni cendekiawan (*intellectuals*), bisnis (*business*) dan pemerintah (*government*) yang kemudian disebut dengan *triple helix*. mereka adalah penggerak yang memberi gagasan kreativitas, pengetahuan, dan teknologi yang berperan terhadap perkembangan ekonomi kreatif.⁸

John Howkins secara sederhana mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai jenis kegiatan ekonomi di mana masyarakat menghabiskan sebagian besar waktu mereka untuk menghasilkan ide-ide baru, bukan hanya melakukannya berulang.⁹ Sektor ekonomi kreatif mencakup berbagai bidang, seperti seni, desain, arsitektur,

⁶ Heni Noviarita, dkk, “Analisis Halal *Tourism* Dalam Meningkatkan Laju Pertumbuhan Ekonomi Di Provinsi Lampung,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 302.

⁷ I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*, (Jakarta: Rajawali Press, 2015), 15.

⁸ Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan Dan Kebutuhan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 237.

⁹ I W Suparta, “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Bandar Lampung,” *Jurnal Ekonomi Pembangunan* 12, no. 1 (2018): 2.

kerajinan dan lainnya. Dalam ekonomi kreatif, ide-ide dan kreativitas dipandang sebagai sumber daya ekonomi yang berharga dan menjadi faktor kunci dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi.¹⁰ Ekonomi Kreatif mampu dikembangkan bukan hanya diamati dari angka pertumbuhan perekonomiannya saja. Tapi juga memperhatikan dari kontribusi pemerintah dalam meningkatkan jumlah pengusaha dan mewujudkan lapangan kerja untuk menyejahterakan rakyat.¹¹

Kabupaten Demak merupakan salah satu Kabupaten di Jawa Tengah yang sudah dikenal sejak lama oleh masyarakat muslim Indonesia yang tak terlepas dari sejarah masa lalu yang menjadi Kerajaan Islam pertama di Tanah Jawa dan tempat para Walisongo untuk mensyiarkan agama Islam di Demak hal ini menjadikan branding “Kota Wali” sebagai destinasi wisata religi di benak masyarakat Indonesia.¹² Kabupaten Demak saat ini terus melakukan mengembangkan berbagai sektor yang mendongkrak perekonomian daerah termasuk sektor pariwisata dan Ekonomi kreatif, berbagai destinasi wisata tersedia di kota yang mempunyai julukan Kota Wali ini salah satunya yang menjadi lokasi ikonik yang sebagian besar mengunjungi ketika datang ke Demak yakni berziarah di wisata religi Makam Kalijaga yang terletak di Desa Kadilangu Demak.

Jumlah Pengunjung dan Pendapatan wisata religi makam Sunan Kalijaga tahun 2018-2021

Tabel 1. 1

Jumlah Pengunjung dan Pendapatan wisata religi makam Sunan Kalijaga tahun 2018-2022.

Tahun	Pengunjung	Pendapatan Wisata
2018	994.215	497.107.500
2019	1.033.170	516.585.000
2020	252.535	214.624.000
2021	267.298	400.947.000
2022	946.730	1.420.095.000

¹⁰ Dharma Setyawan, “Gerakan Komunitas Cangkir Kamis Membangun Ekonomi Kreatif Di Metro Lampung,” *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 3, no. 2 (2016): 403.

¹¹ Iwan Setiawan, *Agribisnis Kreatif: Pilar Wirausaha Masa Depan, Kekuatan Dunia Baru Menuju Kemakmuran Hijau* (Jakarta: Penebar Swadaya Grup, 2012), 100.

¹² Abdurrohman Kasdi, dkk, “Wali City Branding: Marketing Strategy in Promoting Halal Tourism Destinations Demak Indonesia,” *Geojournal of Tourism and Geosites* 25, no. 2 (2018): 468.

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Demak, diolah tahun 2023.

Industri pariwisata diperkirakan akan memberikan dampak dan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan asli daerah dan merupakan salah satu sektor yang mendapat prioritas utama dalam upaya memperbaiki struktur perekonomian daerah. seperti terlihat pada tabel 1.1, jumlah wisatawan meningkat pada tahun 2021-2022 dari tahun sebelumnya karena pengaruh Sikap pemerintah Demak yang sudah longgar terhadap wabah Covid-19 yang berdampak pada naiknya jumlah pengunjung lokal yang berdampak terhadap pemasukan daerah melalui retribusi wisata dan tentunya roda perekonomian masyarakat pelaku bisnis lebih baik daripada sebelumnya.¹³

Tujuan dan nilai Makam Sunan Kalijaga telah mengalami perubahan akibat banyaknya jumlah pengunjung ke situs tersebut. Lingkungan di sekitar Makam Sunan Kalijaga telah sedikit berubah, masyarakat mengubah kawasan dan meningkatkan nilai ekonomi dan produktifitasnya. Makam yang tadinya dimaksudkan sebagai tempat peribadatan, telah dimodifikasi atau mengalami perkembangan peruntukannya menjadi objek wisata dengan menyediakan berbagai produk kreatif berbasis kearifan lokal dan jasa yang dikemas oleh masyarakat sekitar makam.¹⁴

Tabel 1. 2

Jumlah Pedagang di komplek makam Sunan Kalijaga.

NAMA PAGYUBAN PEDAGANG	JUMLAH
Paguyuban Pedagang Kadilangu Demak	114 Orang
Warung dan Souvenir	46 Orang
Ronde dan Asongan	174 Orang
Los Dasaran	50 Orang
Jumlah	384 Orang

Sumber: Kantor Kelurahan Kadilangu, diolah tahun 2022.

¹³ Kanita Khoirun Nisa, Cut Rizka Al Usrah, dan Yulianta Saputra, "Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Dan Perilaku Masyarakat Di Sekitar Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga, Demak," *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 2, no. 1 (2022): 53.

¹⁴ Galih Caesario Rahman dan Sunan Fanani, "Perekonomian Pariwisata Islami Terhadap Pedagang Di Kawasan Makam Sunan Kalijaga," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 5, no. 6 (2018): 514.

Di sekeliling makam Sunan Kalijaga masyarakat menggunakan dan memanfaatkan eksistensi makam tersebut untuk mencukupi atau menghidupi keluarganya. Masyarakat mesti mencari ide untuk memenuhi keperluan dasarnya, antara lain dengan mengembangkan ruang di sekitar makam sebagai lokasi mencari uang. keberadaan makam Sunan Kalijaga memberikan pengaruh yang baik bagi masyarakat setempat seperti menjadi tempat para pelaku usaha yang memperdagangkan produk kreatif dengan kearifan lokalnya seperti kerajinan, pakaian Dan tersedianya lapangan kerja untuk warga.¹⁵

Untuk menetapkan orisinalitas dan keaslian penelitian ini, perlu disebutkan beberapa penelitian sebelumnya yang masih relevan dengan tema ini. Berbagai macam Fokus Kajian wisata religi terdahulu yang diteliti antara lain:

Berdasarkan hasil penelitian Ahmad Munajim dkk Pada tahun 2021, dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif memainkan peran penting dalam kesuksesan proses pengelolaan dan partisipasi pihak berkepentingan. Para pengelola dan inisiator merasakan manfaat positif karena dapat berhasil mengembangkan dan menyelesaikan proyek kreatifnya. Demikian pula, penduduk lokal dan pedagang setempat merasakan keuntungan ekonomi karena keaktifan sektor pariwisata kreatif ini, menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan bagi para pengunjung. Dampak positif dari pengembangan potensi pariwisata terlihat secara nyata dalam kontribusinya terhadap perekonomian masyarakat secara keseluruhan, dengan setiap pihak terlibat merasakan manfaatnya. Ini termasuk kunjungan wisata religi yang meningkat dan peningkatan aktivitas di warung-warung lokal, yang mencerminkan keuntungan ekonomi yang dihasilkan oleh kegiatan pariwisata yang kreatif dan berdaya saing.¹⁶

Penelitian Pramono pada tahun 2018 menyimpulkan bahwa penyusunan edisi teks naskah yang memuat biografi ulama tarekat dan ajarannya dapat memberikan dorongan bagi ekonomi kreatif lokal, terutama di sektor penerbitan. Selain itu, melalui rekayasa iluminasi dalam naskah, ragam hias tersebut dapat diadaptasi menjadi motif batik, menjadi potensi untuk pengembangan produk ekonomi kreatif lokal. Penerbitan edisi teks naskah terpilih dan produksi batik

¹⁵ Galih Caesario Rahman, *Perekonomian Pariwisata Islami*. 514-515

¹⁶ Ahmad Munajim, dkk, "Peranan Wisata Religi Makam Pangeran Panjunan Dan Pangeran Kejaksan Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif," *Ecopreneur : Jurnal Program Studi Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2021): 136.

iluminasi naskah memiliki potensi untuk menjadi oleh-oleh khas dari wisata religi ziarah di surau-surau tarekat di Sumatera Barat, mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif lokal di daerah tersebut.¹⁷

Dalam penelitiannya Ai Juju Rohaeni dan Nia Emilda 2021, Masyarakat Dukuh, terutama Dukuh Dalam, menjalani kehidupan yang sangat terikat pada tradisi dan ajaran Syeikh Abdul Jalil yang diwariskan secara turun-temurun. Hal ini memberikan dampak positif dengan meningkatkan kreativitas dan pendapatan ekonomi keluarga. Meskipun terbuka terhadap masyarakat luar, ketaatan pada adat istiadat Tulu Pacaduan tetap terjaga dari generasi ke generasi. Peran kuncen sebagai pemimpin adat yang kharismatik menjadi panutan yang dihormati, sementara pemanfaatan potensi alam dengan tata kelola yang baik mendukung keberlanjutan hidup masyarakat Dukuh dan berpotensi sebagai kontributor ekonomi daerah. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal, perlu dukungan pemerintah, perguruan tinggi, dan UKM. Pengembangan produk dengan ciri khas budaya lokal memiliki potensi nilai jual lebih dan dapat dipasarkan di luar wilayah Kampung Dukuh.¹⁸

Dalam Penelitiannya Rusyaidda dan Nor Fadli Marh pada 2021 menunjukkan bahwa peran bundo kandung memiliki dampak positif yang signifikan dalam menggerakkan sektor ekonomi kreatif, khususnya dalam pengembangan pariwisata halal di daerah Tirtasari Tilatang Kamang. Eksistensinya mencerminkan kearifan lokal yang tidak hanya berpegang teguh pada prinsip dan nilai Islam, tetapi juga berkontribusi secara langsung terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif. Pariwisata halal, yang dikelola secara kolaboratif oleh pemerintah daerah dan masyarakat, menemukan keberhasilan dalam sektor ini, dengan peran bundo kandung yang mendominasi sebagai inisiator layanan dan pelaku utama di destinasi pariwisata. Bundo kandung secara aktif terlibat dalam pengelolaan wahana permainan anak-anak, pengelolaan pakan ikan, pengembangan kuliner khas daerah, penjualan cinderamata, serta memajukan usaha home stay di rumah-rumah penduduk yang kosong, semuanya berkontribusi pada penguatan ekonomi kreatif di wilayah tersebut.¹⁹

¹⁷ Pramono, "Potensi Naskah-Naskah Islam Minangkabau Untuk Industri Kreatif Sebagai Pendukung Wisata Religi Ziarah Di Sumatera Barat," *IBDA: Jurnal Kajian Islam Dan Budaya* 16, no. 2 (2018): 328–349.

¹⁸ Ai Juju Rohaeni and Nia Emilda, "Wisata Religi Berbasis Kearifan Lokal Dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Adat Kampung Dukuh," *Pangung* 31, no. 3 (2021): 426–438.

¹⁹ Rusyaidda Rusyaidda and Noor Fadlli Marh, "Peranan Bundo Kandung Mengembangkan Wisata Halal Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan

Dalam penelitiannya titi wahyuni pada 2021, Penekanan pada ekonomi kreatif lokal adalah salah satu poin utama dalam upaya pengembangan pariwisata syariah, seperti yang ditemukan dalam penelitian ini. Potensi destinasi dan produk pariwisata di DIY dan Jateng menjadi peluang untuk meningkatkan ekonomi kreatif secara terintegrasi maupun terpisah. Manajemen pariwisata yang terbatas selama pandemi COVID-19 memberikan tantangan tersendiri, namun juga membuka peluang untuk mendukung pengembangan inovatif ekonomi kreatif lokal. Rekomendasi untuk pengelolaan pariwisata syariah di DIY-Jateng mencakup pembangunan infrastruktur yang nyaman dan aman, promosi yang masif untuk mendukung pelaku ekonomi lokal, penggunaan sistem website terintegrasi, penyediaan informasi yang memadai, dan kolaborasi yang erat antara pemerintah provinsi dan masyarakat lokal untuk menjaga kelestarian destinasi wisata syariah yang ada."²⁰

Pengembangan ekonomi kreatif tidak lepas dari budaya yang terdapat di lingkungan masyarakat tertentu. Pengembangan ekonomi kreatif diharapkan berbasis budaya yang sudah ada dimasyarakat setempat. Budaya masyarakat setempat merupakan harta kearifan lokal yang seharusnya dijaga dan diperkaya melalui keterlibatan dalam setiap proyek pembangunan. Kearifan lokal mencakup aspek fisik dan non-fisik. Aspek fisik dan non-fisik kearifan lokal mencakup produk-produk bernilai ekonomi seperti souvenir kerajinan, pakaian tradisional, dan lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa keberagaman budaya lokal tidak hanya mencakup barang-barang fisik tetapi juga nilai-nilai dan tradisi yang harus dijaga dan dimanfaatkan dalam pengembangan ekonomi lokal.

Pengembangan ekonomi kreatif yang mempertimbangkan nilai-nilai kearifan lokal merupakan opsi yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif secara mandiri, terutama di wilayah-wilayah yang memiliki produk-produk yang mencerminkan warisan budaya mereka. Potensi ini dapat diubah menjadi produk-produk berbasis kearifan lokal yang ditingkatkan dengan teknologi, sehingga memiliki identitas unik yang menarik perhatian pengunjung yang berujung meningkatnya daya beli mereka. Dengan cara ini, potensi

Lokal Di Tirtasari Tilatang Kamang,” *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies* 4, no. 2 (2020): 179–195.

²⁰ Titi Wahyuni, “Wisata Syariah dalam upaya pembangunan Ekonomi Kreatif berbasis Kearifan lokal (Studi Kasus Di Daerah Istimawa Yogyakarta Dan Jawa Tengah),” *Ar Rehla : Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 1, no. 2 (2021): 157–170, <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/arrehla/index>.

budaya lokal menjadi landasan bagi perkembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan di daerah tersebut.²¹

Dipilihnya lokasi penelitian ini didasarkan pada keberadaan makam Sunan Kalijaga di Demak yang tidak hanya mencakup nilai sejarah dan keagamaan yang sangat tinggi, melainkan juga dianggap sebagai pusat spiritual dan kultural yang memancarkan kearifan lokal. Dengan demikian, lokasi ini dianggap sebagai simbol yang potensial untuk merangsang pengembangan berbagai hasil ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal yang telah ada. Namun pada kenyataannya, produk ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal yang dihasilkan wisata di kawasan makam sunan kalijaga dari tahun ke tahun tidak mengalami perkembangan yang baik dan malah cenderung monoton, Hal tersebut diutarakan oleh Ibu Yanti salah satu pedagang Kerajinan dan pakaian yang berhasil diwawancarai peneliti, berikut pernyataanya:

“Sudah banyak pedagang yang menjual produk kreatif berbasis kearifan lokal. Namun sayangnya, banyak yang *plek ketiplek* (sama persis) dan bisa dilihat, Produk kreatif lokal disini tidak ada perkembangan dari satu pedagang dan pedagang lain”²²

Berdasarkan latar belakang Peranan wisata religi makam Sunan Kalijaga sebagai penggerak ekonomi Kreatif belum berjalan optimal. Pemerintah Demak dalam pelaksanaannya sudah mengawasi kegiatan pariwisata, memberikan fasilitas sarana dan prasarana tetapi belum optimal disektor produk kreatif bernilai ekonomi yang dihasilkan oleh para pelaku bisnis. Melihat hal tersebut penulis tertarik meneliti terkait sudut pandang dari pemerintah, cendekiawan dan pelaku bisnis terkait wisata religi makam Sunan Kalijaga sebagai penggerak ekonomi kreatif lokal, lalu apa saja faktor pendukung dan penghambat perkembangan ekonomi kreatif lokal dan strategi yang akan dilakukan pemerintah, cendekiawan, dan pelaku usaha dalam upaya menggerakkan dan mengembangkan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal dikawasan wisata religi makam Sunan Kalijaga kedepannya dalam mengatasi persoalan yang terjadi. maka penulis mencoba mengidentifikasi masalah yang diteliti dan tertarik untuk

²¹ Muhammad Rakib, “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Penunjang Daya Tarik Wisata,” *Journal of Chemical Information and Modeling* 8, no. 9 (2017): 5.

²² Yanti, Wawancara oleh Penulis, 12 Januari, 2023, Pukul 09.15 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara, Trasnkip

mengangkat judul “**Wisata Religi Sunan Kalijaga Demak Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal**”

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah batasan sebuah permasalahan dalam suatu penelitian yang dapat mengarahkan peneliti kepada kajian teori maupun data-data di lapangan yang didapat secara komprehensif.

Dalam Penelitian ini, fokus penelitian yang digunakan sebagai batasan dari masalah adalah tentang “Wisata religi makam Sunan Kalijaga Demak sebagai penggerak ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal”

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana sudut pandang pemerintah, cendekiawan dan pelaku bisnis terkait wisata religi makam sunan Kalijaga sebagai penggerak Ekonomi Kreatif berbasis kearifan lokal?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat perkembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal di wisata religi makam Sunan Kalijaga Demak?
3. Bagaimana strategi pemerintah, cendekiawan, dan pelaku bisnis dalam upaya menggerakkan dan mengembangkan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal di wisata religi makam Sunan Kalijaga kedepannya?

D. Tujuan Penelitian

Didasari dari beberapa Rumusan Masalah yang ada, Berikut adalah tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui sudut pandang pemerintah, cendekiawan dan pelaku bisnis terkait wisata religi makam Sunan Kalijaga sebagai penggerak ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.
2. Untuk mengetahui faktor yang menjadi pendukung dan penghambat perkembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal di wisata religi makam sunan kalijaga.
3. Untuk mengetahui strategi pemerintah, pelaku bisnis, dan Cendekiawan wisata religi makam Sunan Kalijaga dalam upaya menggerakkan dan mengembangkan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal kedepannya.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang terdapat dalam penelitian ini dapat dikategorikan menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, Hasil penelitian ini mengungkapkan beberapa manfaat yang diperoleh antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan untuk menambah wawasan dan pengetahuan pembaca tentang pengelolaan dan pengembangan wisata religi dikawasan makam Sunan Kalijaga Demak yang menjadi elemen penggerak perekonomian kreatif dengan kearifan lokal masyarakat setempat.

2. Manfaat Praktis

- a. Dalam rangka melengkapi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kudus. Diharapkan dapat bermanfaat bagi instansi terkait lainnya yang terlibat dalam upaya program peningkatan ekonomi rakyat.
- b. Dapat ditambahkan ke koleksi hasil penelitian salah satunya di Perpustakaan, Khususnya terkait dengan potensi wisata religi makam Sunan Kalijaga Demak yang menjadi penggerak Ekonomi Kreatif berbasis kearifan Lokal.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan ini berisi tentang penjelasan isi dan maksud yang terkandung dari masing-masing Bab secara singkat. Berikut sistematika yang disajikan:

1. Bagian Awal

Pada Bagian ini terdiri dari Halaman Judul, halaman pengesahan majlis penguji sidang Munaqosah, halaman pernyataan keaslian penulisan skripsi, halaman abstrak, halaman Motto, halaman persembahan karya, halaman transliterasi arab-latin, halaman kata pengantar, dan halaman daftar isi.

2. Bagian Isi

Bagian isi terdiri dari atas lima bab yakni:

Bab I : Pendahuluan

Dalam Bab ini dijabarkan Latar Belakang masalah, Fokus Penelitian, Rumusan Masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Kajian Pustaka

Dalam bab ini berisikan tentang kajian yang sesuai dengan judul yang diambil, terdapat penelitian

terdahulu, dan terakhir yakni kerangka berpikir penelitian ini.

Bab III : Metode Penelitian

Dalam bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini, kemudian Setting yang dipakai Penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data dalam penelitian.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini akan membahas: penjelasan suatu objek penelitian, pendiskripsian data, dan analisis data penelitian setelah informasi atau data sudah didapatkan.

Bab V : Penutup

Bab ini terdiri atas kesimpulan, saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir terdiri atas daftar pustaka dan lampiran-lampiran.

