

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Kajian Teori.

#### 1. Pariwisata

##### a. Definisi Pariwisata

Menurut Spillane dalam Iin pariwisata adalah Perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan secara individual dan kelompok, sebagai upaya pencarian keseimbangan atau keselarasan dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu pengetahuan. Sedangkan menurut Fandeli Pariwisata adalah segalanya yang berkaitan dengan kepariwisataan, termasuk pengusaha objek daya tarik wisata dan usaha-usaha yang terkait di bidang itu. Dijelaskan pula bahwa pariwisata adalah aktivitas perjalanan dari satu tempat ke tempat lain keperluan lain di luar tempat tinggal, dengan niatnya bukan untuk mencari nafkah, tetapi untuk menciptakan kembali kesegaran baik fisik maupun psikis agar mampu unggul lagi. Sedangkan menurut Pendit pariwisata merupakan sektor yang kompleks, yang juga melibatkan industri klasik, seperti kerajinan tangan atau souvenir, serta usaha penginapan, restoran dan transportasi.<sup>1</sup>

Berpacu kepada Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 berkaitan dengan Kepariwisata, muncul bermacam paparan yang dibangun guna menjelaskan ruang lingkup didalam industri kepariwisataan. Pariwisata ialah beraneka ragam aktivitas berwisata yang diberi berupa kemudahan dengan pelayanan yang sudah tersedia dari penduduk, pemilik usaha, pemerintah, dan pemerintahan daerah. kemudian, Kepariwisata merupakan seluruh aktivitas yang berkaitan sama pariwisata dan berkarakter saling berkaitan dimensinya dalam bentuk keperluan para perorangan, negara serta berhubungan antara pengunjung dan warga lokal, antar pengunjung & Pemerintah, Pemerintah daerah dan pemilik usaha. Sementara itu Industri Pariwisata merupakan berbagai jenis bisnis pariwisata yang sama-sama berkaitan dalam rangka menyediakan barang ataupun menyediakan berbagai

---

<sup>1</sup> Iin Choirunnisa Choirunnisa dan Mila Karmilah, "Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya," *Jurnal Kajian Ruang 2*, no. 1 (2022): 89.

jasa untuk memenuhi keperluan para pendatang disaat diselenggarakan objek wisata.<sup>2</sup>

b. Jenis Pariwisata

Menurut Pedit dalam buku I Gusti Bagus Rai Utama pariwisata bisa dibedakan berdasarkan motivasi wisatawan untuk mendatangi suatu destinasi. Jenis-jenis wisata adalah sebagai berikut

1) Wisata Budaya

Wisata ini berkaitan dengan kunjungan yang dilaksanakan dalam rangka mempelajari kondisi masyarakat, adat kebiasaan, cara hidup, kebudayaan, dan kesenian guna memperluas wawasan kehidupan dengan melakukan perjalanan kekota lain atau bahkan keluar negeri.

2) Wisata Maritim/Bahari

Jenis pariwisata ini berkaitan dengan kegiatan wisata air di Indonesia dan negara-negara maritim lainnya. Destinasi ini melibatkan aktivitas di danau, pantai, teluk, atau laut, seperti memancing, berlayar, atau menyelam. Pengunjung juga dapat berpartisipasi dalam pemotretan, kontes, lomba dayung, atau mengunjungi taman laut untuk menikmati pemandangan indah di bawah permukaan air.

3) Wisata Cagar Alam/Taman Konservasi

Banyak tamasya untuk jenis pariwisata ini biasanya direncanakan oleh biro perjalanan atau agen yang berfokus pada bisnis di jalan dan mengatur perjalanan ke lokasi atau wilayah yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang, seperti cagar alam, taman, dan kawasan hutan di pegunungan.

4) Wisata Konvensi

Wisata konvensi adalah sesuatu yang mirip dengan politik ala turis. Saat ini, sejumlah negara membuat tur konvensi dengan cara menawarkan tempat dengan ruang pertemuan untuk para peserta konferensi, diskusi, konvensi, dan pertemuan bermanfaat lainnya di tingkat nasional dan internasional.

---

<sup>2</sup> Nirwandar, *Building Indonesia WOW Indonesia Tourism and Creative Industry*, 74.

5) Wisata Pertanian/Agrowisata

Hampir mirip dengan wisata industri, wisata pertanian melibatkan perencanaan perjalanan ke lokasi seperti pertanian, pembibitan, perkebunan, dan lokasi lain di mana kelompok pengunjung dapat pergi untuk jalan-jalan atau tujuan belajar sambil menikmati tanaman segar berwarna-warni yang melimpah, berbagai jenis sayur mayur, dan palawija disekitar area perkebunan yang mereka kunjungi.

6) Wisata Buru

Praktek berburu ini paling umum di negara-negara dengan hutan atau daerah dimana perburuan diberikan ijin resmi oleh pemerintah dan dipromosikan melalui agen perjalanan. Perjalanan berburu ini berupa safari ke suatu kawasan atau hutan yang dipilih oleh pemerintah negara tersebut.

7) Wisata Ziarah

Agama, kepercayaan, sejarah, dan adat istiadat orang atau kelompok masyarakat agak terkait dengan bentuk pariwisata ini. Tur ziarah biasanya dilakukan oleh individu atau kelompok kecil ke lokasi yang dihormati, kuburan tokoh atau pemimpin terkemuka, bukit atau gunung suci, atau tempat peristirahatan terakhir dari tokoh atau pemimpin manusia yang terkenal.<sup>3</sup>

c. Fungsi dan Tujuan Pariwisata

Sesuai dengan Undang-undang Nomer 10 Tahun 2009 di Pasal 3, pariwisata berfungsi untuk memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan memberikan kesempatan rekreasi dan berwisata sertapula meningkatkan realisasi pendapatan negara untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Menurut Pasal 4 pariwisata berusaha untuk memajukan rasa cinta tanah air, memperkokoh jati diri dan persatuan bangsa, meningkatkan kesejahteraan rakyat, memberantas kemiskinan, memerangi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan hidup, kekayaan alam, dan memperkuat persahabatan internasional.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> I Gusti Bagus Rai Utama, *Pengantar Industri Pariwisata Tantangan Dan Peluang Bisnis Kreatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), 108-114.

<sup>4</sup> Johan Woltjer, "Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota," *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota* 25, no. 1 (2014): 1-16.

d. Dampak Pariwisata terhadap Sosial Ekonomi dan Budaya

1. Dampak Sosial Ekonomi

I Gede Pitana mengutip teori dari Cohen yang menyatakan bahwa ada delapan kategori utama yang dapat digunakan untuk mengklasifikasikan pengaruh pariwisata terhadap keadaan sosial ekonomi masyarakat lokal, antara lain:

- a) Pengaruh terhadap pendapatan dari devisa.
- b) Berpengaruh terhadap jumlah pendapatan masyarakat lokal.
- c) Pengaruh terhadap prospek atau terbukanya lapangan pekerjaan.
- d) berdampak pada biaya.
- e) dampak pada bagaimana manfaat didistribusikan.
- f) Pengaruh terhadap kepemilikan dan pengelolaan
- g) Pengaruh terhadap semua aspek perkembangan, dan
- h) Mempengaruhi pemungutan pajak atau pemerintah mendapat peningkatan pendapatan.<sup>5</sup>

2. Dampak Sosial Budaya

Menurut Oka yang mengutip teori dari Cohen, dampak sosial budaya selalu dikaitkan dengan budaya, dan dikategorikan ke dalam sepuluh kategori oleh Cohen. Kesepuluh hal tersebut antara lain:

- a) Pengaruh terhadap hubungan dan partisipasi masyarakat kota kecil dengan masyarakat kota besar, termasuk tingkat kemandirian atau ketergantungan.
- b) Pengaruh terhadap interaksi sosial dalam masyarakat
- c) Pengaruh terhadap dasar-dasar struktur dalam organisasi sosial.
- d) Pengaruh imigrasi masuk dan keluar kawasan wisata.
- e) Pengaruh terhadap laju kehidupan sosial lingkungan.
- f) Pengaruh metode pembagian kerja.
- g) Efek pada kredensial dan mobilitas sosial.
- h) Efek pada bagaimana kekuatan dan pengaruh didistribusikan.
- i) Berdampak pada munculnya penyimpangan sosial.
- j) Pengaruh terhadap budaya dan tradisi.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> I Gede Pitana dan Putu G Gayatri, *Sosiologi Pariwisata: Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem, Dan Dampak-Dampak Pariwisata* (Yogyakarta: Andi, 2005), 109-110.  
[https://books.google.co.id/books?id=ni4\\_NwAACAAJ](https://books.google.co.id/books?id=ni4_NwAACAAJ).

## 2. Wisata Religi

### a. Pengertian Wisata Religi

Salah satu bentuk produk wisata yang terkait langsung dengan religi atau aspek religi yang dianut oleh umat manusia adalah wisata religi. Menurut Moch. Chotib Wisata religi digambarkan sebagai perjalanan ke lokasi yang sudah ada dan memiliki makna khusus bagi orang percaya, biasanya satu atau lebih tempat ibadah. Hal ini misalnya dapat dilihat dari perspektif sejarah, keberadaan mitos dan dongeng lokal, atau desain arsitektur bangunan yang unik dan luar biasa. Tujuan dan cita-cita pengunjung untuk mendapatkan berkah, taushiah, ketenteraman hati dan kebijaksanaan hidup sangat berkorelasi dengan wisata religi. Namun terkadang karena alasan lain juga, seperti meminta keberuntungan, ketabahan batin, keteguhan iman, dan bahkan meminta harta yang melimpah.<sup>7</sup>

### b. Fungsi Wisata Religi

Berikut beberapa fungsi wisata religi, menurut Mufid dalam Rosadi antaralain:

- 1) Untuk kegiatan perorangan atau kelompok di luar ruangan dan di dalam ruangan, untuk meningkatkan kebugaran fisik dan spiritual seseorang.
- 2) Sebagai tempat beribadah, berdzikir, dan berdoa.
- 3) Sebagai amalan Agama.
- 4) Sebagai destinasi wisatawan muslim.
- 5) Sebagai kegiatan ketetangaan.
- 6) Untuk mencapai kedamaian di dalam dan di luar.
- 7) Sebagai hasil pengajaran untuk manusia yang lebih baik (ibrah).<sup>8</sup>

### c. Tujuan Wisata Religi

Destinasi wisata religi memiliki tujuan yang dapat dimanfaatkan sebagai peta jalan untuk menyebarkan dakwah Islam ke seluruh dunia, menjadi pelajaran untuk mengingatkan manusia akan keesaan Tuhan, serta mengajak

---

<sup>6</sup> Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, (Bandung: Angkasa, 1996), 164.

<sup>7</sup> Moch. Chotib, "Wisata Religi Di Kabupaten Jember," *Fenomena* 14, no. 10 (2015): 407–428.

<sup>8</sup> Rahmad Rosadi, *Pendidikan Islam Dalam Perspektif Kebijakan Pendidikan Nasional* (Jakarta: Penerbit, 2011), 13.

dan mengarahkan manusia agar tidak terjermus ke dalam syirik atau sebab ragu.<sup>9</sup>

Dalam pengelolaan wisata religi terdapat empat faktor yang memiliki pengaruh penting yakni lingkungan eksternal, sumberdaya, kapabilitas Internal dan tujuan yang ingin dicapai. Yang dimaksud dengan lingkungan eksternal adalah situasi, kondisi, atau peristiwa yang tidak dapat dikendalikan oleh suatu organisasi atau lembaga. sedangkan Istilah lingkungan internal mengacu pada situasi, kekuatan, atau peristiwa yang terhubung di mana suatu lembaga ataupun organisasi memiliki wewenang untuk mempengaruhi atau mengendalikan. Tujuan wisata ziarah adalah untuk membangun hubungan antara wisata religi dan kegiatan internal.<sup>10</sup>

### 3. Sunan Kalijaga Demak

#### a. Sunan Kalijaga

Nama asli Sunan Kalijaga adalah Raden Sahid, dan merupakan anak dari pasangan Dewi Saroh dengan Temanggung Wiltika Adipati Tuban. Raden Sahid adalah seorang pemuda yang benar-benar mengikuti imannya dan menaati orang tuanya, tetapi dia tidak dapat mentolerir ketidaksetaraan di lingkungannya sampai dia pergi ke gudang kadipaten untuk mencuri makanan dan memberikannya kepada rakyatnya.<sup>11</sup>

Sebagai Orang tua benar-benar dipermalukan Dengan tingkah perilaku putranya, keluarga sang Adipati merasa dipermalukan akhirnya putranya diusir dari istana adipati. Walaupun Raden Syahid sudah diusir tapi tidak mempengaruhinya di Kadipaten Tuban, dia bahkan membegal paksa dan merampok orang kaya. Dia terus memberikan hasil rampasan kepada yang kurang mampu. Kemudian, dia ditangkap sekali lagi. Pengusirannya dari kadipaten kali ini diperintahkan oleh Adipati. Raden Syahid meninggalkan Kadipaten Tuban karena tidak ada lagi rasa kasihan bagi siapa pun yang tertangkap di tanah Tuban, di

---

<sup>9</sup> Arifin Suryo Nugroho dan Ruslan, *Ziarah Wali: Wisata Spiritual Sepanjang Masa*, (Yogyakarta: Pustaka Timur, 2007), 10.

<sup>10</sup> Rohmat Dwi Jatmiko, *Manajemen Stratejik* (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2003), 4.

<sup>11</sup> Samsul Munir, *Sejarah Peradaban Islam*, (Jakarta: Amzah, 2010), 308.

daerah lainpun Raden Syahid masih terus mencuri selama berada di Hutan Jati wangi untuk membantu orang miskin.<sup>12</sup>

Dia bertemu dengan Sunan Bonang setelah disingkirkan dari Tuban saat berkelana. Raden Sahid kemudian dipilih sebagai murid dan diperintahkan untuk menunggu tongkatnya di depan sungai selama beberapa bulan hingga seluruh tubuhnya tertutup lumut, atas kesetiannya tersebut Raden Sahid kemudian dipanggil Sunan Kalijaga.<sup>13</sup>

Sunan Kalijaga mengajak seluruh masyarakat untuk lebih menjunjung tinggi ajaran Islam dan meminimalisir perbuatan syirik. Melalui teknik tersebut, Sunan Kalijaga mampu mensyiarkan Islam di seluruh Jawa. Pandangan positif Sunan Kalijaga terhadap kreativitas, busana, tata suara, seni ukir, gamelan, dan pewayangan juga terlihat dalam ceramah-ceramah lainnya. bahkan meskipun Sunan Kalijaga memandang seni wayang ini sebagai sosok yang melahirkan karya-karya baru, terutama dengan adanya wayang kulit dengan setiap instrumen gamelannya.<sup>14</sup>

Sunan Kalijaga menggunakan berbagai kesenian, termasuk wayang, sastra, dan bentuk ekspresi lainnya, untuk menyebarkan Islam. Para penyebar agama Islam seperti Walisongo menggunakan strategi jalur seni untuk menarik perhatian di antara mereka sehingga mereka tidak terdeteksi bahkan jika mereka pertama kali tertarik pada ajaran Islam karena bentuk seninya. Sunan Kalijaga misalnya menciptakan tokoh pewayangan. Ia tidak pernah meminta agar para hadirin mengucapkan syahadat bersamanya. Sementara beberapa wayang masih mengutip dari cerita legenda Mahabarata dan Ramayana, ceritanya sedikit diubah untuk memasukkan pesan agama Islam dan nama-nama pahlawan Islam.<sup>15</sup>

Pengaruh Sunan Kalijaga dalam dakwah terlihat dalam beberapa usaha, baik yang berkaitan langsung dengan agama maupun yang berkaitan dengan politik, seni, dan

---

<sup>12</sup> Achmad Chodjim, *Sunan Kalijaga Mistik Dan Makrifat*, (Jakarta: Serambi Imu Semesta, 2013), 9.

<sup>13</sup> Samsul Munir, *Sejarah Peradaban Islam*, 308.

<sup>14</sup> Kayan Swastika Miftakhurrahman Hafidz, Sutjitro, "Peranan Sunan Kalijaga Dalam Islamisasi Di Jawa Tahun 1470-1580," *Artikel Ilmiah Mahasiswa* 1, no. 1 (2015): 8.

<sup>15</sup> Samsul Munir, *Sejarah Peradaban Islam*, 308.

budaya. Sunan Kalijaga dan Wali lainnya mendirikan Masjid Agung Demak yang sering disebut dalam kitab Babad Tanah Jawi dalam kaitannya dengan kegiatan keagamaan. Meski sulit untuk menentukan tahun sebenarnya pendirian masjid tersebut, tujuan pembangunan Masjid Agung Demak tidak hanya sebagai tempat ibadah tetapi juga sebagai pusat dakwah para wali-wali.<sup>16</sup>

Pada akhir kisahnya, sunan kalijaga masih tetap bernuansa jawa yang sangat kental. Dibuktikan dengan banyak sekali lukisan dahulu dengan wajahnya para sunan. Berbeda dengan para wali pada umumnya yang memakai pakaian timur tengah yang berupa jubah putih beserta udengnya, sunan kalijaga tetap menggunakan baju adat yang khas bersalur beserta blangkon. Sunan kalijaga menghembuskan nafas terakhirnya dan dimakamkan di tanah kadilangu atau tanah pemberian Raden Patah kepadanya yang terletak tidak jauh dari kompleks masjid agung demak. Menurut para tokoh wafatnya Sunan Kalijaga tepat dihari Jumat kliwon yang hingga saat ini para peziarah *ngalap* berkah datang ramai berbondong-bondong dari berbagai daerah untuk berziarah dihari tersebut yang dipercaya hari yang mustajab untuk berdoa.

#### b. Makam Sunan Kalijaga

Makam Sunan Kalijaga berada dalam administrasi kelurahan Kadilangu, lokasinya berjarak kurang lebih 1500m dari pusat kota dan Masjid Agung Demak. Setiap harinya kompleks makam selalu ramai dipenuhi oleh para peziarah, terlebih pada hari menjelang jumat kliwon peziarah sudah berbondong-bondong dari sore hingga larut malam masih padat yang melakukan ziarah karena pada hari itu bangunan berbentuk kubus yang menjadi tempat makam Sunan Kalijaga dibuka dilain hari tersebut ditutup.<sup>17</sup>

### 4. Ekonomi Kreatif

#### a. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi dan kreatif adalah dua kata yang bersatu untuk membentuk ekonomi kreatif. *Oikonomia* adalah kata

---

<sup>16</sup> Miftakhurrahman Hafidz, Sutjitro, "Peranan Sunan Kalijaga Dalam Islamisasi Di Jawa Tahun 1470-1580", 7.

<sup>17</sup> Hikmatul Mustaghfiroh dan Muhammad Mustaqim, "Spirituality Analysis of Blessing Seekers (Study of the Motivation of Pilgrims in the Tomb of Sunan Kalijaga Kadilangu Demak)," *Jurnal Penelitian* 8, no. 1 (2014): 143–160.

Yunani untuk ekonomi. Dua kata oikos dan nomos adalah sumber dari kata tersebut. Oikos mengacu pada keluarga, sedangkan nomos mengacu pada mengatur. Oleh karena itu, mengatur rumah tangga adalah arti asli dari *oikonomia*. Makna asal berkembang menjadi makna baru seiring perkembangan ekonomi mengubahnya menjadi ilmu. Ekonomi sekarang menjadi ilmu karena mengacu pada organisasi pengetahuan secara koheren, seperti Di sini “rumah tangga” tidak memiliki arti yang sempit. sebaliknya, ini mengacu pada kelompok sosial yang disebut sebagai Rumah tangga. Perusahaan, kota, dan bahkan negara adalah contoh dari kelompok sosial ini.<sup>18</sup>

Ekonomi kreatif pada dasarnya adalah cara untuk mencari pembangunan berkelanjutan melalui inovasi, sedangkan pembangunan berkelanjutan memerlukan ekonomi yang kompetitif dengan cadangan sumber daya terbarukan yang cukup. Dengan kata lain, ekonomi kreatif mewakili semangat bertahan hidup, yang sangat penting bagi negara-negara industri dan memberikan kesempatan yang sama bagi negara-negara berkembang. Hal utama yang dapat diambil dari ekonomi kreatif adalah kemungkinan untuk menggunakan pasokan sumber daya tak terbarukan yang tak ada habisnya, seperti imajinasi, kemampuan, dan kreatifitas.<sup>19</sup>

Teori Ekonomi Kreatif pertama kali diperkenalkan di Inggris oleh John Howkins pada tahun 2001 melalui bukunya yang berjudul "*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*". Howkins terinspirasi oleh pemikiran Robert Lucas, yang mengemukakan bahwa pertumbuhan ekonomi suatu wilayah sangat dipengaruhi oleh tingkat produktivitas melalui kehadiran individu kreatif yang memiliki bakat khusus dan mampu menerapkan pengetahuan mereka untuk menciptakan inovasi yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi. Menurut Howkins, Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi yang lebih mengandalkan ide atau gagasan kreatif untuk mengelola bahan baku dari lingkungan

---

<sup>18</sup> M.T Ritonga, *Pengetahuan Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2000), 36.

<sup>19</sup> Mari Elka Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, (Jakarta: Departemen Perdagangan RI, 2008), 1.

sekitarnya menjadi nilai tambah ekonomi.<sup>20</sup> Oleh karena itu, ekonomi kreatif dapat diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang mengutamakan pemikiran kreatif untuk menghasilkan sesuatu yang unik, bernilai lebih, dan bersifat komersial.

Ekonomi kreatif mewujudkan nilai tambah melalui berbagai ide. Ide-ide ini didasarkan pada informasi, keterampilan, warisan budaya, dan teknologi kekayaan intelektual, dan merupakan hasil dari kecerdikan manusia. Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menekankan kreativitas untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan khas yang bernilai dan menguntungkan. Istilah “Ekonomi Kreatif” mengacu pada era baru di mana informasi kreatif diintensifkan dengan menggunakan ide-ide sumber daya manusia sebagai bahan utama dalam produksi untuk kegiatan ekonomi tertentu.<sup>21</sup>

Ekonomi kreatif berawal dari kecerdikan dan kemampuan manusia untuk mengembangkan keterampilan sebagai modal utama untuk menghasilkan komoditas dan jasa yang bernilai ekonomi. Budaya, lingkungan, dan bahkan geografi, yang merupakan ciri daerah tempat orang tinggal dalam komunitas itu, mendorong keterampilan masyarakat.<sup>22</sup> Menurut pendapat Moelyono bahwasannya dengan kreatifitas, budaya, warisan budaya, dan lingkungan dapat menjadikan ekonomi kreatif menjadi pijakan ekonomi dimasa yang akan datang.<sup>23</sup>

b. Subsektor Ekonomi Kreatif.

beberapa subsektor ekonomi kreatif yang tengah berkembang di Indonesia, subsektornya antara lain:

1) Periklanan

Metode yang paling efektif untuk mempromosikan barang dan jasa masih beriklan, sampai tulisan ini dibuat. Periklanan juga memiliki fungsi soft power dalam mempengaruhi pola konsumsi, pemikiran,

---

<sup>20</sup> Herie Saksono, “Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah,” *Jurnal Bina Praja* 04, no. 02 (2012): 95.

<sup>21</sup> M. Chotib Basri, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012).

<sup>22</sup> Afni Regita Cahyani Muis, *Ekonomi Kreatif Indonesia Dalam Dinamika Perdagangan Internasional*, (Jogjakarta: Budi Utama, 2019), 2.

<sup>23</sup> Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, 218.

dan gaya hidup masyarakat. Oleh karena itu, sumber daya manusia lokal harus mengelola sub-sektor ini.

2) Arsitektur

Di Indonesia, arsitektur memainkan peran penting. Mengenai budaya, keragaman arsitektur lokal dan daerah mencerminkan sifat Indonesia sebagai negara dengan beragam budaya.

3) Pasar barang Seni

Kegiatan ini melibatkan perdagangan barang-barang yang langka, unik, dan sangat menarik melalui berbagai saluran seperti lelang, galeri seni, toko fisik, dan platform internet. Contoh dari barang-barang tersebut meliputi alat musik, karya percetakan, kerajinan tangan, produksi film, karya seni rupa, dan lukisan.<sup>24</sup>

4) Kerajinan.

Banyak orang yang bekerja di bidang kerajinan, subsektor khusus Indonesia yang terkait erat dengan sektor perjalanan dan pariwisata. Semua kerajinan yang terbuat dari kayu, logam, kulit, kaca, keramik, dan tekstil termasuk dalam kategori kerajinan. Kekayaan sumber daya mentah yang tersedia dan tingkat inovasi yang tinggi di kalangan pelaku industri menjadi alasan mengapa subsektor ini semakin maju.

5) Desain

kegiatan yang melibatkan kreativitas dalam penciptaan desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas korporat, jasa riset pemasaran, dan jasa pembuatan kemasan dan pengemasan.

6) Fesyen

Tren fesyen terus berkembang dengan cepat tren mode baru muncul dalam beberapa bulan. Hal ini tak lepas dari daya cipta para perancang busana daerah yang konsisten menghasilkan model-model busana baru, serta tumbuhnya generasi muda kreatif yang memiliki passion di bidang fashion.

7) Film, Video dan Fotografi

Perubahan positif kini terjadi pada perfilman Indonesia. Perusahaan produksi mulai bersaing satu

---

<sup>24</sup> Sopanah, dkk, *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal* (Surabaya: Scopindo Media pustaka, 2020), 6.

sama lain dalam upaya meningkatkan produksi dengan membuat film yang sukses secara artistik dan finansial.

8) Pengembangan Permainan Interaktif

Ekonomi kreatif bangsa memiliki banyak ruang untuk berkembang berkat industri dan ekosistem game lokal. Karena Indonesia merupakan salah satu negara dengan pangsa pasar game yang cenderung tumbuh dengan signifikan.<sup>25</sup>

9) Musik

Musik diharapkan menjadi salah satu dari subsektor yang bisa dikelola secara lebih efektif, Meskipun Industri musik secara keseluruhan menjanjikan banyak hal, yang perlu diperbaiki yakni Pembajakan yang terus menjadi isu besar dan menghambat pertumbuhan Industri musik Indonesia menjadi salah satu kendala utamanya.

10) Seni Pertunjukan

Seni pertunjukan di berbagai masing-masing daerah sesekali merambah ke seluruh Indonesia. Berbagai seni pertunjukan tradisional dan modern yang telah dihasilkan, dikembangkan, dan dipromosikan hingga saat ini telah dipuji secara global.

11) Penerbitan dan Percetakan

Berbagai publikasi, baik besar maupun kecil, terus bermunculan untuk menghidupkan kembali sektor ini. Selain itu, kemajuan teknologi telah memungkinkan untuk mencetak buku secara digital.

12) Layanan Komputer dan piranti Lunak

Kegiatan inovatif dalam pengembangan teknologi informasi mencakup berbagai aspek, seperti layanan komputer, pemrosesan data, pengembangan basis data, pembuatan perangkat lunak, integrasi sistem, perancangan perangkat keras, dan analisis sistem.

13) Televisi dan Radio

Meski tidak secanggih telepon seluler dan gadget lainnya, radio dan televisi tetap memiliki peran penting dalam menyebarkan suatu informasi. Untuk saat ini, kepemilikan televisi dan juga radio sudah tersebar luas sehingga memungkinkan semua elemen masyarakat dapat mengakses teknologi ini.

---

<sup>25</sup> Sopanah, *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*, 7.

#### 14) Riset dan Pengembangan

kegiatan yang melibatkan inovasi dan kreativitas dalam mengejar penemuan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta mengaplikasikan pengetahuan tersebut untuk meningkatkan atau menciptakan produk-produk baru.<sup>26</sup>

#### c. Pilar Ekonomi Kreatif di Indonesia

Sama halnya dengan sebuah rumah yang membutuhkan pilar agar dapat berdiri tegak, ekonomi kreatif memiliki lima pilar yang harus dipertahankan dan diperkuat agar industri kreatif semakin berkembang dan maju untuk mewujudkan visi dan tujuan ekonomi kreatif Indonesia 2025.<sup>27</sup> Kelima pilar ekonomi kreatif tersebut adalah:

##### 1) Sumberdaya (*Resources*)

Sumberdaya adalah kontribusi kreatif yang berasal dari sumber daya manusia, digunakan sebagai fondasi dalam mengembangkan ekonomi kreatif melalui penciptaan nilai tambah.

##### 2) Industri (*Industry*)

Industri merupakan sektor dalam kehidupan masyarakat yang terhubung dengan pembuatan, penyebaran, pertukaran, dan penggunaan barang atau layanan dari suatu wilayah atau negara tertentu.

##### 3) Teknologi (*Technology*)

Teknologi adalah metode yang dimanfaatkan untuk mewujudkan kreativitas sebagai alat distribusi barang yang dihasilkan.<sup>28</sup>

##### 4) Institusi (*Institution*)

Institusi dalam konteks pembangunan industri kreatif adalah struktur sosial yang mencakup norma, nilai, aturan, dan hukum. Ini bisa bersifat informal, seperti budaya dan norma, atau bersifat formal melalui peraturan hukum.

##### 5) Lembaga Keuangan (*Financial Institution*).

Lembaga keuangan memiliki peran dalam mengalirkan sumber dana kepada individu atau entitas

<sup>26</sup> Sopianah, *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*, 8-9.

<sup>27</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia* (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), 48.

<sup>28</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*, 48- 49.

bisnis yang memerlukan tambahan modal, ekuitas, atau pemberian pinjaman atau kredit.<sup>29</sup>

d. Pelaku Penggerak Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif, yang mencakup berbagai industri kreatif, memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan karena individu yang terlibat dalamnya menggunakan kreativitas mereka untuk menghasilkan inovasi. Keberhasilan industri kreatif sangat tergantung pada kerjasama antara tiga kelompok utama, yaitu pemerintah, bisnis, dan akademisi, yang sering disebut sebagai *triple helix*. Ketiga kelompok ini berperan penting dalam memfasilitasi kreativitas, gagasan, pengetahuan, dan teknologi yang sangat penting perkembangan industri kreatif.<sup>30</sup>

Salah satu konsep yang digunakan dalam menganalisis faktor penggerak ini adalah konsep *Triple Helix*. Konsep ini dikemukakan oleh Henry Etzkowitz dan Loet Leydesdorff pada tahun 1993, yang menyatakan bahwa sinergi antara akademisi, bisnis, dan pemerintah merupakan kunci dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan berbasis inovasi dan pengetahuan. Ini menggambarkan pentingnya kerja sama antara ketiga dimensi tersebut dalam pengembangan industri kreatif.<sup>31</sup>

Faktor-faktor yang dapat menjadi penentu keberhasilan dalam pengembangan industri kreatif meliputi berbagai aspek, kondisi, dan mekanisme. Hal ini dianggap sebagai elemen penting dalam membuat fondasi yang kuat bagi industri kreatif yang akan dikembangkan.<sup>32</sup>

1) Cendekiawan.

Cendekiawan adalah individu yang lebih fokus pada pencarian kepuasan melalui eksplorasi seni, ilmu pengetahuan dengan aspek metafisika, dan bukan pada tujuan praktis. Mereka cenderung memiliki ketertarikan dalam refleksi, perenungan, dan pengembangan

---

<sup>29</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*, 50-51.

<sup>30</sup> Mauled MoeIyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, 237.

<sup>31</sup> Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 53.

<sup>32</sup> Mauled MoeIyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, 237.

pemikiran, dan tidak terlalu terfokus pada pencapaian tujuan praktis. Cendekiawan ini termasuk ilmuwan, filsuf, seniman, dan ahli metafisika yang menemukan kepuasan dalam penelitian dan pemahaman ilmu itu sendiri, bukan sekadar dalam mengaplikasikan hasil-hasilnya.

Namun, dari definisi tersebut, kecendekiawanan juga mencakup keinginan untuk menerapkan ilmu dan berbagi pengetahuan. Dalam konteks industri kreatif, cendekiawan mencakup berbagai individu seperti budayawan, seniman, punakawan, begawan, para pendidik di lembaga pendidikan, para pionir di berbagai kelompok komunitas seperti paguyuban, padepokan, sanggar budaya dan seni, individu atau kelompok yang melakukan studi dan penelitian, penulis, serta tokoh-tokoh lainnya di bidang seni, budaya (termasuk nilai dan filsafat), dan ilmu pengetahuan yang berkontribusi pada perkembangan industri kreatif.

Cendekiawan di bidang ini berperan dalam menyebarkan dan menerapkan ilmu pengetahuan, seni, dan teknologi serta mengembangkan nilai-nilai positif bagi tumbuhnya sektor kreatif di masyarakat.<sup>33</sup>

## 2) Bisnis.

Untuk mengembangkan atau memberikan nilai atau keuntungan bagi lingkungan, masyarakat, atau keduanya, bisnis didefinisikan sebagai suatu sistem atau tindakan yang disengaja yang dilakukan dengan maksud untuk menuai hasil. Istilah bisnis perwujudan yang sering digunakan untuk merujuk pada organisasi atau perusahaan yang menjalankan tugas operasional tertentu, seperti mengelola pemasaran, menjalankan operasi dan produksi, menangani keuangan, mengelola sumber daya manusia, dan lain sebagainya. Bisnis mengharuskan para pelakunya untuk fokus pada kesempurnaan agar dapat bertahan dan berkembang di pasar.

Pelaku bisnis meliputi mereka yang berinvestasi, mengembangkan, dan menggunakan teknologi baru serta mereka yang menggurui sektor kreatif. Dalam setiap peran yang dijalankannya, para pelaku bisnis perlu

---

<sup>33</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*, 54.

memperhatikan dan mendukung keberlanjutan industri kreatif. Misalnya dengan memberikan masukan prioritas industri kreatif dalam negeri, seperti dari jasa industri kreatif di bidang penelitian, periklanan, dan beberapa bidang lainnya.<sup>34</sup>

Peran atau Kontribusi bisnis untuk pembangunan Sektor kreatif tersebut antara lain:

- 1) Pencipta, yakni menjadi *center of excellence* dari pencipta produk dan jasa kreatif, menciptakan pasar baru yang dapat menyerap barang dan jasa yang telah diciptakan, selain itu dapat pula menghasilkan lapangan kerja bagi mereka yang kreatif atau yang dapat memberikan dukungan lainnya.
- 2) Melahirkan Komunitas dan *Entrepreneur* kreatif, misalnya sebagai kekuatan yang membentuk ruang publik menjadi tempat berbagi ide, meningkatkan konseling bisnis atau pelatihan manajemen bisnis untuk industri kreatif.

Dalam menjalankan perannya, Bisnis membutuhkan penerapan keterampilan yang sangat konseptual, terutama kapasitas untuk mengembangkan varian baru dalam bentuk produk dan layanan, kemampuan untuk berkoordinasi dan berinteraksi secara efektif, ketekunan untuk mengatasi kemunduran, mengikuti perkembangan teknologi serta menguasai kompetensi manajemen keuangan.<sup>35</sup>

- 3) Pemerintah

Pemerintah adalah suatu badan dengan hak untuk menjalankan negara sebagai entitas politik dan kemampuan untuk membuat dan menegakkan hukum di daerah tertentu.<sup>36</sup> Peran utama pemerintah dalam pengembangan industri kreatif adalah:

- a) Katalisator, fasilitator dan advokasi yang memberikan dorongan, rangsangan, dan tantangan, supaya berbagai ide bisnis beranjak ke tingkat

---

<sup>34</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*, 57-58.

<sup>35</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*, 59.

<sup>36</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*, 60.

kompensasi yang lebih tinggi. Tak selamanya bantuan itu berbentuk keuangan, kompensasi maupun keamanan, tapi bisa berupa loyalitas pemerintah dalam memakai kekuasaan politik secara seimbang dan juga memberikan layanan administrasi yang baik kepada publik.<sup>37</sup>

- b) Regulator dan Kebijakan Pemerintah: Entitas regulasi yang merumuskan kebijakan terkait aspek-aspek seperti masyarakat, industri, institusi, perantara, sumber daya, dan teknologi. Pemerintah dapat mempercepat perkembangan industri kreatif dengan menciptakan kebijakan yang mendukung lingkungan bisnis yang menguntungkan untuk industri kreatif. Pemerintah juga bertanggung jawab untuk memastikan pelaksanaan kebijakan berjalan dengan baik.
- c) Peran Pemerintah Sebagai Investor, Konsumen, dan Entrepreneur: Pemerintah, dalam perannya sebagai investor, harus efektif dalam memanfaatkan aset nasional untuk meningkatkan produktivitas dalam industri kreatif dan mempertanggungjawabkan infrastruktur investasi. Sebagai konsumen, pemerintah perlu menghidupkan kembali kebijakan pengadaan dengan fokus pada penggunaan produk-produk kreatif. Sebagai seorang entrepreneur, pemerintah memiliki pengaruh tidak langsung terhadap bisnis-bisnis yang dimilikinya.
- d) Peran Urban Planner dan Pengembangan Kota Kreatif: Kreativitas akan berkembang subur di kota-kota yang menciptakan iklim yang mendukung. Untuk memastikan pengembangan industri kreatif berjalan lancar, penting untuk menciptakan kota-kota kreatif di Indonesia. Pemerintah memiliki peran pusat dalam pembentukan kota kreatif yang mampu menarik dan mengumpulkan energi dari individu kreatif, menjadi daya tarik bagi individu dan perusahaan untuk berinvestasi di Indonesia, terutama ketika mereka melihat potensi Sumber Daya Manusia

---

<sup>37</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*, 65.

berpengetahuan tinggi yang aktif bergerak di wilayah tersebut.<sup>38</sup>

Dari ke empat peranan tersebut dapat disimpulkan bahwa Peran Pemerintah melibatkan pengelolaan program dengan memberikan panduan yang inovatif untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan ekonomi kreatif di suatu wilayah.

e. Peran Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif berkontribusi pada ekonomi suatu negara, terutama dalam hal penciptaan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan hasil ekspor. Ini juga memajukan teknologi, meningkatkan kekayaan intelektual, dan mengisi tanggung jawab sosial lainnya. Akibatnya, ekonomi kreatif dapat dianggap sebagai faktor kunci dalam kemajuan ekonomi suatu negara. Secara sederhana Ekonomi kreatif merupakan konsep aset dengan berbasis kreatif yang berpotensi menguntungkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi.<sup>39</sup>

f. Faktor Pendukung dan penghambat Perkembangan Ekonomi kreatif

Dalam pengembangan ekonomi kreatif di tempat wisata religi Makam Sunan Kalijaga, ada beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilannya. Faktor pendukung meliputi pasar yang besar, media sosial, tenaga kerja berkualitas dan dukungan dari pemerintah dan masyarakat setempat. Sementara faktor penghambat bisa berupa modal, kurangnya bahan baku, kurangnya kreativitas dan inovasi, dan kurangnya kolaborasi antar pelaku bisnis oleh karena itu, perlu adanya upaya yang berkoordinasi untuk mengatasi hambatan-hambatan dan memanfaatkan faktor-faktor pendukung untuk memacu ekonomi kreatif yang digerakkan tempat wisata religi Makam Sunan Kalijaga.

## 5. Kearifan Lokal

### a. Pengertian Kearifan Lokal

Kearifan lokal berasal dari dua kata yaitu kearifan (*wisdom*) dan lokal (*Local*). kearifan lokal dapat dipahami secara etimologis sebagai kepercayaan lokal yang arif, penuh

---

<sup>38</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*, 66-67.

<sup>39</sup> Mauled MoeIyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, 237.

kearifan, dan bernilai luhur serta mendarah daging dan dianut oleh anggota masyarakat. HG. Quaritch Wales menciptakan teori kearifan lokal yang mengacu pada berbagai ciri budaya yang dimiliki komunitas sebagai hasil dari pengalaman kolektifnya. Kearifan lokal, menurut Yunus, adalah budaya yang dimiliki oleh kelompok tertentu dan di lokasi tertentu dan dipandang mampu bertahan dalam menghadapi globalisasi karena mengandung nilai-nilai yang dapat dimanfaatkan untuk membangun karakter bangsa.<sup>40</sup>

Menurut Ratna kearifan lokal merupakan perekat intrinsik yang mengikat bentuk-bentuk budaya sehingga berpijak pada eksistensinya. Budaya lokal adalah hasil dari proses pengembangan oleh komunitas setempat yang terjadi berulang kali. Budaya ini dibentuk melalui penginternalisasian dan interpretasi ajaran agama serta unsur budaya, yang kemudian disosialisasikan dalam bentuk norma-norma yang menjadi panduan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.<sup>41</sup>

#### b. Fungsi Kearifan Lokal

Menurut beberapa definisi, kearifan lokal juga menjalankan beberapa fungsi kearifan lokal. Fungsi-fungsi tersebut antara lain:

- 1) Fungsi kearifan lokal adalah konservasi dan pelestarian sumber daya alam.
- 2) Pengetahuan lokal berperan dalam pengembangan sumber daya manusia.
- 3) Kearifan lokal berfungsi mengembangkan budaya dan pengetahuan.
- 4) Kearifan lokal memiliki fungsi seperti nasehat, kepercayaan, sastra dan pantangan.<sup>42</sup>

#### c. Bentuk-Bentuk Kearifan Lokal

Ragam bentuk kearifan lokal adalah salah satu elemen kunci yang membentuk karakteristik unik dari

---

<sup>40</sup> Luh Putu Sudini, *Kearifan Lokal: Peran Pelestarian Hutan Taman Nasional Bali Barat* (Jejak Pustaka, 2022), <https://books.google.co.id/books?id=QLRuEAAAQBAJ>.

<sup>41</sup> Nyoman Khuta Ratna, *Antropologi Sastra : Peranan Unsur-Unsur Kebudayaan Dalam Proses Kreatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 94.

<sup>42</sup> Tia Oktaviani Sumarna Aulia and Arya Hadi Dharmawan, "Pengelolaan Sumberdaya Air Di Kampung Kuta," *Sodality: Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia* 04, no. 03 (2010): 345–355.

kearifan lokal di suatu wilayah, sehingga kearifan lokal tersebut dapat terbentuk. Ada beberapa bentuk dari kearifan lokal yang terdapat dimasyarakat sebagai berikut:

- 1) Nilai merupakan suatu tindakan atau perbuatan yang dianggap positif oleh sekelompok masyarakat. Setiap kelompok masyarakat memiliki pandangan yang berbeda tentang nilai, sehingga apa yang dianggap baik dalam satu kelompok mungkin dianggap tidak baik oleh kelompok lain.
- 2) Norma merupakan satu patokan dalam bertingkah laku yang terdapat di dalam suatu lingkungan masyarakat. Dimana setiap orang diharuskan untuk mematuhi, dan jika seseorang tidak mematuhi norma akan menerima pengasingan dari daerah lingkungan sekitarnya.
- 3) Kepercayaan merupakan hal-hal yang percaya kebenarannya oleh sebuah kelompok orang tertentu.
- 4) Sanksi adalah memberikan tindakan tegas kepada seseorang yang melakukan pelanggaran terhadap peraturan tertentu.
- 5) Aturan-aturan khusus adalah peraturan yang dibuat dengan sengaja yang diperuntukan untuk sebuah kepentingan tertentu.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Tia Oktaviani Sumarna Aulia dan Arya Hadi Dharmawan, “Kearifan Lokal dalam Pengelolaan Sumberdaya Air di Kampung Kuta”, 348.

## B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul	Hasil Penelitian
1.	Ahmad Munajim, Muhammadun, Fidy Arie Pratama, Puad Hasan (2021)	Peranan Wisata Religi Makam Pangeran Panjunan dan Pangeran Kejaksan Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif	Berdasarkan hasil penelitian ekonomi kreatif memainkan peran penting dalam kesuksesan pengelolaan dan partisipasi pihak berkepentingan. Pengelola sektor kreatif merasakan manfaat positif, sementara penduduk lokal dan pedagang mendapatkan keuntungan ekonomi dari pariwisata. Dampak positif juga terlihat dalam kontribusi terhadap perekonomian masyarakat melalui peningkatan kunjungan wisata religi dan aktivitas di warung lokal, mencerminkan keberhasilan kegiatan pariwisata yang kreatif dan berdaya saing. <sup>44</sup>
	<p>Persamaan: Dalam penelitian terdahulu dan penelitian yang dilakukan terdapat persamaan yakni meneliti tentang wisata religi sebagai penggerak ekonomi kreatif dengan menggunakan metode kualitatif.</p> <p>Perbedaan: Letak perbedaan antara kedua penelitian ini yakni penelitian</p>		

<sup>44</sup> Munajim et al., "Peranan Wisata Religi Makam Pangeran Panjunan Dan Pangeran Kejaksan Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif."

	<p>terdahulu lebih fokus untuk melakukan pengembangan lokasi wisata yang kurang di sarana prasarannya sedangkan penelitian ini lebih terfokus pada ekonomi kreatifnya karena sarana prasarana di makam sunan kalijaga sudah baik, kemudian penelitian terdahulu dikabupaten Cirebon sedangkan penelitian ini dikabupaten Demak</p>		
2.	<p>Pramono (2018)</p>	<p>Potensi Naskah naskah naskah Islam Minangkabau untuk industri kreatif sebagai pendukung wisata religi ziarah di Sumatera Barat</p>	<p>Terdapat potensi industri kreatif dari adanya ribuan naskah yang diperlukannya peran berbagai lini untuk mendukung sektor ekonomi kreatif yang berpotensi berkembang di wisata religi.<sup>45</sup></p>
	<p>Persamaan:                  Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yakni sama-sama meneliti potensi ekonomi Kreatif di wisata religi dengan menggunakan metode kualitatif.                  Perbedaan:                  Penelitian terdahulu tefokus untuk bagaimana cara mengembangkan salah satu potensi baru industri kreatifnya sedangkan penelitian ini fokus kepada ekonomi kreatif lokal yang tidak berkembang di wisata religi, perbedaan selanjutnya yakni penelitian terdahulu dilakukan di surau tarekat Sumatra barat sedang penelitian ini di makam sunan kalijaga</p>		
3.	<p>Ai Juju Rohaeni dan Nia Emilda (2021)</p>	<p>Wisata Religi Berbasis Kearifan Lokal dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Adat Kampung Dukuh</p>	<p>Kearifan lokal mempunyai daya tarik wisatawan dari adanya keunikan didalamnya, dan terdapat pula permasalahan dari kuatnya menjaga kearifan untuk pengembangan destinasiya, wisata</p>

<sup>45</sup> Pramono, “Potensi Naskah-Naskah Islam Minangkabau Untuk Industri Kreatif Sebagai Pendukung Wisata Religi Ziarah Di Sumatera Barat.”

			religi dikampung adat memiliki dampak sosial ekonomi melalui pengolahan sumberdaya alam dan ekonomi kreatif lainnya. <sup>46</sup>
	<p>Persamaan: Antara kedua penelitian ini memiliki persamaan untuk meneliti kearifan lokal dari wisata religi dan dalam aspek ekonominya.</p> <p>Perbedaan: Terdapat perbedaan yang signifikan yakni tempat penelitian terdahulu masih menjunjung tinggi adat sebagai suku dalam sedangkan lokasi penelitian ini lebih bisa menerima perkembangan industri wisata sebagai penunjang ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.</p>		
4.	Noor Fadlli Marh dan Rusyaida (2020)	Peranan Bundo Kandung Mengembangkan Wisata Halal Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal di Tirtasari Tilatang Kamang	Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa eksistensi peran Bundo Kandung berkontribusi positif dalam mengembangkan sektor pariwisata halal, menjadi ekspresi nyata dari kearifan lokal yang didasarkan pada prinsip dan nilai-nilai Islam di daerah Tirtasari Tilatang Kamang. Terlebih lagi, hal ini memperkaya konsep ekonomi kreatif yang berakar pada kearifan lokal. <sup>47</sup>

<sup>46</sup> Rohaeni and Emilda, "Wisata Religi Berbasis Kearifan Lokal Dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Adat Kampung Dukuh."

<sup>47</sup> Rusyaida and Noor Fadli Marh, "Peranan Bundo Kandung Mengembangkan Wisata Halal Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Di Tirtasari Tilatang Kamang."

	<p>Persamaan:                  Penelitiannya sama-sama meneliti ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal di wisata religi atau wisata halal dan persamaan lainnya yakni penelitiannya menggunakan kualitatif.</p> <p>Perbedaan:                  Penelitian yang telah dilakukan hanya berfokus pada bundo kundang sedangkan penelitian ini berupaya mengeksplorasi ekonomi kreatif lokal yang lebih luas agar makin berfariatif. Dan perbedaannya ada dilokasi penelitiannya</p>		
5.	<p>Titin Wahyuni (2021)</p>	<p>Wisata Syariah dalam upaya pengembangan Ekonomi Kreatif berbasis Potensi lokal (Studi Kasus di Daerah Istimawa Yogyakarta dan Jawa Tengah)</p>	<p>Peningkatan ekonomi kreatif lokal menjadi fokus utama dalam pengembangan pariwisata syariah di DIY dan Jateng, menawarkan potensi pengembangan destinasi dan produk pariwisata. Manajemen terbatas selama pandemi COVID-19 memberikan peluang inovatif. Rekomendasi termasuk pembangunan infrastruktur, promosi massal untuk mendukung ekonomi lokal, penggunaan website terintegrasi, penyediaan informasi memadai, dan kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat untuk menjaga kelestarian destinasi wisata syariah.<sup>48</sup></p>

<sup>48</sup> Wahyuni, “Wisata syariah dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif berbasis Kearifan lokal (Studi Kasus Di Daerah Istimawa Yogyakarta Dan Jawa Tengah).”

<p>Persamaan: Kedua penelitian fokus pada perkembangan ekonomi kreatif yang dilakukan di ruang lingkup konteks wisata syariah/Religi.</p> <p>Perbedaan: penelitian sebelumnya ruang lingkungnya luas yakni Provinsi Yogyakarta dan Jawa Tengah sedangkan penelitian ini sudah mengerucut yakni wisata religi makam Sunan Kalijaga yang berada di Demak Jawa Tengah.</p>
---

### C. Kerangka Berfikir

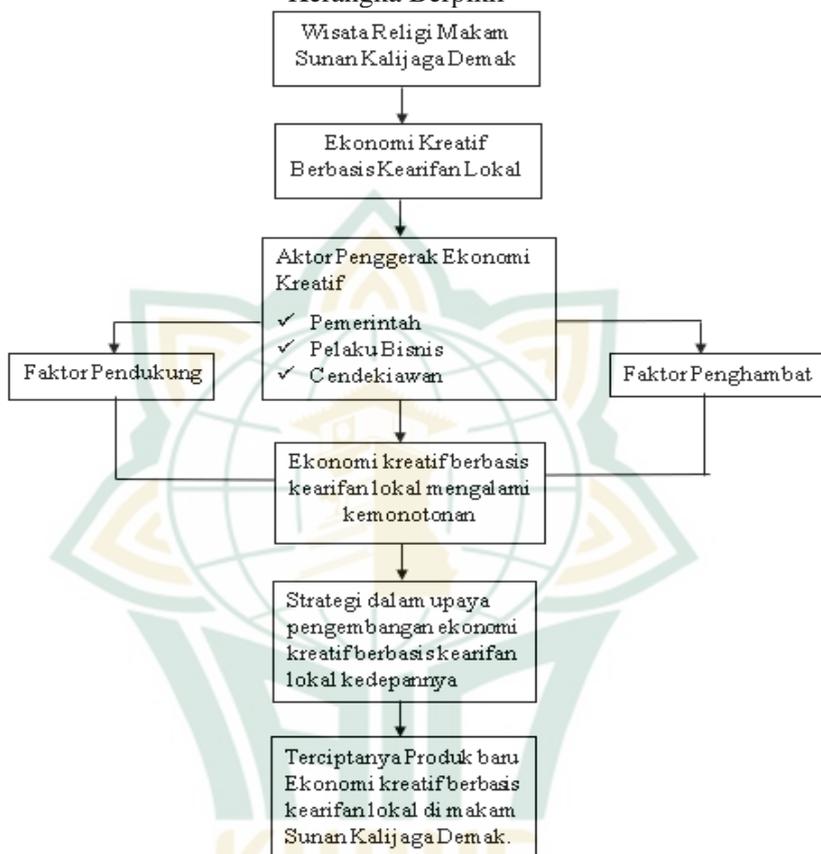
Kerangka berfikir merupakan landasan utama pemikiran dalam suatu penelitian, yang mencakup fakta, observasi, dan tinjauan pustaka. Oleh karena itu, dalam kerangka berfikir terdapat konsep dan teori yang akan menjadi dasar bagi penelitian tersebut. Selain itu, kerangka berfikir juga mencakup variabel penelitian yang dijelaskan secara rinci, mendalam, dan relevan sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti. Hal ini bertujuan agar kerangka berfikir dapat menjadi panduan dalam menjawab pertanyaan yang muncul dalam suatu penelitian. Kerangka berfikir biasanya disajikan dalam bentuk bagan atau diagram yang menggambarkan pola pikir peneliti dan hubungan antara variabel yang diteliti dengan model penelitian.<sup>49</sup>

Kerangka berfikir dalam penelitian ini secara sistematis disajikan sebagai berikut:

---

<sup>49</sup> Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019). H.125

Gambar 2. 1  
Kerangka Berpikir



Keterangan:

Berdasarkan gambar 2.1 kerangka berpikir di atas, wisata religi Makam Sunan Kalijaga di Demak menciptakan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokalnya. Inisiatif ini dijalankan oleh tiga aktor utama dalam ekonomi kreatif, yaitu pemerintah, pelaku bisnis, dan cendekiawan. Meskipun demikian, terdapat faktor pendukung dan penghambat yang berpengaruh terhadap keberagaman ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal di kawasan ini, menjadikan ekonomi tersebut mengalami kemonotonan. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan strategi yang matang dalam upaya mengatasi kemonotonan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal di masa depan. Hal ini diharapkan akan menghasilkan produk-produk baru dalam ranah ekonomi kreatif di sekitar Makam Sunan Kalijaga.