

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Desa Kadilangu

Kadilangu merupakan nama dari kelurahan di Kabupaten Demak. Konon ceritanya kadilangu diambil dari sebuah kata “langu” yang dipimpin oleh Raden Sahid. Beliau ingin menyebarkan agama Islam di Demak dengan didampingi oleh Raden Fatah. Beliau juga mendirikan masjid yang jumlahnya ada empat pilar dengan bantuan dari para ulama yang berupa soko guru, tiang kayu pilar. Berkat keberhasilannya dalam mendirikan masjid maka Raden Fatah memberikan tanah kepada Raden Sahid yang disebut “Kadilangu”.¹

2. Keadaan Fisik dan Geografis

Desa Kadilangu terletak pada ketinggian tanah dari permukaan laut setinggi 4m. Desa Kadilangu itu terletak pada dataran rendah. Banyaknya curah hujan pada tahun 2019 sebanyak 31mm/th, sedangkan suhu udara rata-ratanya 26-32°C sampai dengan akhir bulan 2019. Kelurahan Kadilangu merupakan Ex tanah PERDIKAN yang dikelola oleh seseorang sebagai ketua adat dan disamping ada Yayasan Sunan Kalidjogo. Kelurahan Kadilangu terletak di dekat pusat Pemerintahan baik tingkat Kecamatan maupun tingkat Kabupaten. Kelurahan Kadilangu terletak pada Kecamatan Demak Kabupaten Demak. Luas dan batas wilayah: Luas Kelurahan Kadilangu: 218,100 Ha, batas wilayah:

- a. Sebelah Utara : Kelurahan Bintoro Kecamatan Demak
- b. Sebelah Timur : Desa Botorejo Kecamatan Wonosalam Demak
- c. Sebelah Selatan : Desa Kendaldoyong Kecamatan Wonosalam Demak
- d. Sebelah Barat : Kelurahan Bintoro Kecamatan Demak

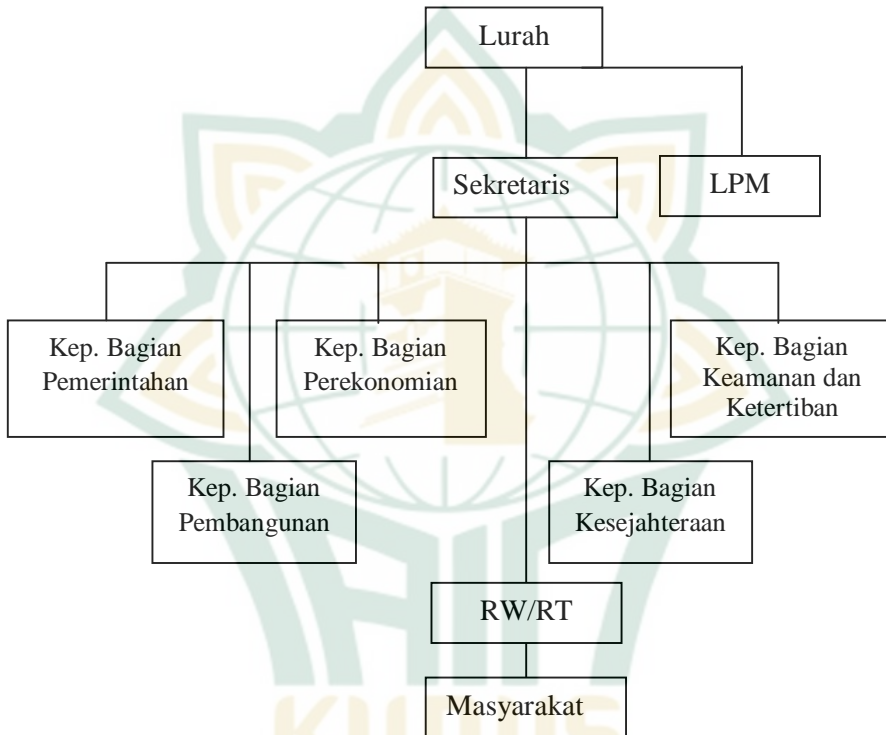
Tanah di Kelurahan Kadilangu yang belum bersertifikat sebanyak 218,00 Ha. Di Kelurahan Kadilangu jumlah RT sebanyak 16 RT, jumlah RW sebanyak 6 RW. Di bidang pelayanan umum, terdapat pelayanan kependudukan yang

¹<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kadilangu,-Demak,-Demak>, diakses pada tanggal 10 Februari 2020.

melayani hak-hak warganya sebanyak 1, terdapat juga pelayanan legalisasi 1 unit dan pelayanan umum 1 unit.²

3. Struktur Kelurahan Kadilangu

Gambar 4.1
Struktur Pemerintahan Kelurahan Kadilangu
Kecamatan Demak Kabupaten Demak



4. Makam Sunan Kalijaga

Kompleks makam Sunan Kalijaga berada di Desa Kadilangu. Di dalam kompleks makam terdapat empat bangunan, pertamatempat bangunan peristirahatan bagi peziarah, bangunan tempat pendaftaran tamu, bangunan makam Pangeran Wijil ke V (merupakan cucu dari Sunan Kalijaga), bangunan makam Sunan Kalijaga. Sedangkan di dalam gedung makam Sunan Kalijaga selain Sunan Kalijaga dan Istri ada beberapa makam lain yaitu

²Akbid Pemkab, <http://raranov1t4s4r1.blogspot.com/2014/02/profil-kelurahan-kadilangu-demak.html?m=1>, diakses pada tanggal 10 Februari 2020.

putra-putri Sunan Kalijaga antara lain Panembahan Hadi, Ratu Retno Pembayun, Raden Abdurrachman, Kemudian Abdi Kinasih Sunan Kalijaga yaitu Kyai Derik, Dewi Roso Wulan (adik Sunan Kalijaga), dan Raden Tumenggung Wlotikno.

Bangunan makam Sunan Kalijaga telah mengalami pemugaran oleh Presiden RI pertama yaitu Ir. Soekarno yaitu sekitar tahun 1963-1964. Kemudian pada tahun 2001 yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu telah merenovasi sirap atap makam Sunan Kalijaga hingga sampai sekarang kondisinya masih cukup baik. Kompleks area makam Sunan Kalijaga merupakan pemakaman khusus bagi para ahli waris keturunan Sunan Kalijaga dan keluarganya bukan merupakan kuburan umum.

Makam Sunan Kalijaga dibuka pada hari jum'at pon, jum'at kliwon, jum'at pahing dimulai pada jam 08.00 sampai 17.00 sebelum gedung makam Sunan Kalijaga dibuka diadakan upacara do'a tahlil oleh sesepuh dan kerabat keturunan ahli waris Sunan Kalijaga. Setelah do'a tahlil selesai dilaksanakan kemudian pintu gedung makam dibuka oleh juru kunci, kemudian setelah pintu makam terbuka barulah proses ziarah makam Sunan Kalijaga dilaksanakan sesuai dengan tata cara diatas.³

5. Masjid Sunan Kalijaga

Masjid Sunan Kalijaga terletak di Kelurahan Kadilangu tepatnya disamping kompleks makam Sunan Kalijaga, bangunan masjid Kadilangu sama dengan masjid Agung Demak yaitu berbentuk joglo dengan atap susun tiga. Masjid Kadilangu juga sering disebut sebagai masjid Wali yaitu Kanjeng Sunan Kalijaga. Titimangsa pendirian masjid Kadilangu pada tahun 1534 hijriyah. Pendirian masjid yang dilakukan pada bulan Dzulhijjah masyarakat menyelenggarakan perayaan tradisional yang dapat disebut besaran (Grebek Besar). Pada acara ini juga diselenggarakan pula upacara penjamasan pusaka Sunan Kalijaga dengan melalui ritual adat.⁴

³Observasi oleh Penulis pada kondisi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, 28 Desember, 2019, Pukul 09.15 WIB.

⁴<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbhateng/fakta-tentang-masjid-dan-makam-sunan-kalijaga-kadilangu>, diakses pada tanggal 10 Februari, 2020.

6. Acara Adat di Tempat Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak

a. Haul Sunan Kalijaga

Haul Sunan Kalijaga merupakan acara peringatan hari wafatnya Sunan Kalijaga yang jatuh pada tanggal 10 Muharrom, haul Sunan Kalijaga biasanya juga diperingati dengan khotmil Qur'an, pengajian umum, sholawatan, selamatan, dan santunan anak yatim piatu.

b. Ruwatan Masal

Ruwatan masal adalah acara adat yang digelar pada Bulan Rajab oleh ahli waris Sunan Kalijaga di pendopo notobraton Kelurahan Kadilangu. Ruwatan masal dilakukan dua kali dalam setahun jatuh pada minggu terakhir bulan Rajab dan Muharram.

c. Grebek Besar

Grebek besar merupakan sebuah budaya tradisonal kota Demak. Grebek besar diadakan tiap bulan dzhulhijjah yang biasanya diiringi dengan kirab budaya. Grebek besar tersebut merupakan kegiatan iring-iringan prajurit patang puluhan dengan selamatan tumpeng sembilan.

d. Penjamasan Pusaka Kanjeng Sunan Kalijaga

Penjamasan pusaka Sunan Kalijaga selalu diselenggarakan oleh ahli waris dari keluarga Pangeran Wijil I-V dan kesepuhan notobraton yaitu pada saat tanggal 10 Dzulhijjah setiap tahunnya.

e. Ziarah pada Malam Jum'at Kliwon

Pada malam jum'at kliwon makam Sunan Kalijaga selalu dipadati para peziarah bahkan pada waktu malam-malam itu peziarah harus antri untuk masuk ke makam Sunan Kalijaga karena saking membludaknya para peziarah yang datang.⁵

7. Sejarah Berdirinya Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu Demak

Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu berdiri pada hari Jum'at tanggal 19 Februari 1999 Akte Notaris Lisawati, SH No. 7 tanggal 19 Februari 1999 dengan berasaskan pancasila dan Undang-undang Dasar 1945 sebagai satu-satunya asas bagi Yayasan Sunan Kalijaga dalam kehidupan bermasyarakat berbangsa dan bernegara.

⁵<https://id.m.wikipedia.org/wiki/grebeg-besar-demak.html>, diakses pada tanggal 10 Februari, 2010.

- a. Struktur Organisasi Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu
 - 1) Pembina
 - Ketua pembina : R. Agus Supriyanto, SH
 - Anggota : R.A. Hermin dan R. Harsoyo
 - 2) Pengurus
 - Ketua pengurus : R. Purwo Adhi Nugroho
 - Sekretaris : R. Mike Santana
 - Bendahara : R.A. Titik Heri S, S.Pd
 - 3) Pengawas
 - Ketua pengawas : R. Joko Dwinanto
 - Anggota : R. Bagus Bantaran dan R. Ari Wahyu Pratomo
- b. Visi dan Misi Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu

Visi : Menyelamatkan harta peninggalan Sunan Kalijaga baik yang fisik maupun non fisik agar tetap ada dan bermanfaat untuk kepentingan anak cucu dari Sunan Kalijaga dan masyarakat umum untuk sepanjang masa.

Misi :

 - 1) Mengurus, merawat dan melestarikan benda-benda peninggalan Sunan Kalijaga baik yang bergerak maupun yang tidak bergerak.
 - 2) Memberikan pengabdian kepada bangsa, khususnya dalam lapangan pendidikan keagamaan, sosial, ketrampilan kemanusiaan dan penyantunan yatim piatu.
 - 3) Mendidik dan menggerakkan masyarakat khususnya anak didik agar menjadi insan yang berpengetahuan trampil, cakap, berbudi luhur, bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa serta berguna bagi bangsa dan negara.⁶

8. Kegiatan Ekonomi Kreatif di Daerah Wisata Religi Sunan Kalijaga Demak

Terdapat ekonomi kreatif di sekitar makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak dan sekitarnya, berikut adalah kegiatan ekonomi kreatif yang berada di daerah wisata religi Sunan Kalijaga Kadilangu Demak:

a. Kerajinan

Kerajinan merupakan sektor yang paling mendominasi yang terdapat di daerah wisata religi Sunan Kalijaga, kerajinan yang terdapat di daerah wisata religi Sunan

⁶Dokumentasi oleh Penulis tentang Sejarah Berdirinya Yayasan Sunan Kalijaga, 06 Januari, 2020, Pukul 10.45 WIB.

Kalijaga Kadilangu Demak adalah berupa lukisan, kaligrafi, bedug, tas anyaman, rebana dan lain-lain.

b. Pakaian

Dari semua usaha yang ada di wisata religi Sunan Kalijaga Kadilangu Demak yang paling mendominasi adalah usaha pakaian. Namun dari banyaknya outlet penjualan pakaian yang merupakan produk asli daerah hanya sedikit jumlahnya. Rata-rata dari penjual mendapatkan barangnya dari luar daerah seperti pekalongan, kudu, solo, yogyakarta, dan beberapa daerah lain.

c. Fothografi

Terdapat usaha Fothografi di daerah wisata religi Sunan Kalijaga Demak, biasanya didepan pintu masuk makam terdapat beberapa orang yang menawarkan jasa fothografi untuk para peziarah sebagai kenang-kenangan di wisata religi Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

9. Tata Tertib Pelaku Bisnis di Daerah Wisata Religi Sunan Kalijaga Kadilangu Demak

a. Kewajiban

- 1) Berperilaku Islami dan beretika yang baik menjaga nilai-nilai Islam baik dalam hal ibadah maupun muamalah
- 2) Menjaga nama baik Yayasan Sunan Kalijaga Demak
- 3) Tidak melupakan jasa Sunan Kalijaga dengan cara mendoakan dan menjalankan ajaran-ajaran beliau
- 4) Menjaga ketertiban, kebersihan, dan keamanan lingkungan
- 5) Berpakaian yang sopan dan Islami
- 6) Setiap bulan membayar iuran Rp.20.000 untuk administrasi kebersihan dan ketertiban

b. Larangan

- 1) Mengalihkan hak sewa atau hak pakai kepada keluarga atau pihak lain tanpa seijin pengurus Yayasan Sunan Kalijaga
- 2) Merubah bentuk bangunan dengan cara mengurangi atau menambahi bangunan serta fasilitas yang ada
- 3) Barang dagangan tidak boleh melebihi batas yang telah ditentukan
- 4) Menjual barang haram
- 5) Menjual dengan cara menipu, menjual dengan harga mahal, dan memperdayai pembeli dengan cara memaksa serta melanggar syariat Islam

c. Sanksi

- 1) Terhadap pelanggar akan di ingatkan sekali dengan peringatan tertulis kecuali pelanggaran berat
- 2) Setelah diperingati tidak di indahkan maka pihak pengelola bekerja sama dengan satpol PP menertibkan pedagang bahkan mencabut hak sewa atau hak pakai.⁷

B. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian didapatkan dari narasumber yang sesuai dengan bidangnya. Peneliti melakukan wawancara pada pelaku bisnis yang menjual produk kreatif di wisata religi makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, serta kepala desa Kadilangu dan juga ketua Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu Demak. Data penelitian berbentuk hasil wawancara yang peneliti kumpulkan selama waktu penelitian dan nantinya akan diolah dan dijabarkan dengan menggunakan data yang akan dibahas pada subbab selanjutnya.

Tabel 4.1
Narasumber Penelitian

Identitas Narasumber	Bidang Pekerjaan	Kode Narasumber
Parman	Pedagang souvenir	N1
Sukri	Pengrajin bedug dan rebana	N2
Fadli	Pengrajin bedug, rebana, dan mebel	N3
H. Husen	Pengrajin Bedug	N4
H. Mustofa	Pengrajin bedug dan rebana	N5
Farida	Pedagang pakaian	N6
Ayuni	Pedagang pakaian	N7
Mahmudah	Pedagang souvenir	N8
Rahmah	Pedagang souvenir dan pakaian	N9
Marsono	Kepala Desa Kadilangu	N10
Ade Nugroho	Ketua Yayasan Sunan Kalijaga	N11

1. Data Persepsi Pelaku Bisnis Terhadap Pengembangan Ekonomi Kreatif di Tempat Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Demak

Persepsi yaitu sebuah cara yang dilakukan oleh seseorang dalam memaknai sesuatu. Dengan persepsi seseorang akan dapat

⁷Dokumentasi oleh Penulis tentang Sejarah Berdirinya Yayasan Sunan Kalijaga, 06 Januari, 2020, Pukul 10.45 WIB.

memilih pendapatnya.⁸ Di dalam persepsi terdapat evaluasi agar seseorang bisa melihat keberadaan orang lain.⁹

Hasil wawancara peneliti dengan beberapa pelaku bisnis menerangkan bahwa persepsi pelaku bisnis terhadap pengembangan ekonomi kreatif, diantaranya:

a. Membuka lapangan pekerjaan

Dengan membuka lapangan pekerjaan dapat mengeksplorasi bakat dari para tenaga kerja. Para pengrajin kreatif di Desa Kadilangu membutuhkan tenaga kerja (karyawan) untuk bekerja di tempat mereka. Hal itu dapat mengurangi jumlah pengangguran di Desa Kadilangu.

Hal tersebut serupa dengan wawancara oleh Ibu Farida (pedagang pakaian) beliau menuturkan,

“Persepsi terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu dengan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan ini.”¹⁰

Pak Sukri (pengrajin bedug dan rebana) juga menyatakan hal yang selaras,

“Adapun persepsi terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu dengan cara membangun lapangan pekerjaan dan membuat sesuatu hal yang baru yang berbeda dengan keadaan di sekitar serta mempromosikan produk kreatif kepada masyarakat”¹¹

Pak H. Mustofa juga menyatakan demikian, beliau menuturkan,

⁸Tantri Puspita Yazid, Ridwan, “Proses Persepsi Diri Mahasiswi Dalam Berbusana Muslimah,” *Jurnal Pemikiran Islam* 41 no. 2 (2017): 195, diakses pada 20 November, 2019, <http://ejournal.uin-suska.ac.id>.

⁹Rohmaul Listyana, Yudi Hartono, “Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013),” *Jurnal Agastya* 5 no.1 (2015): 121, diakses pada 20 November, 2019, <http://ejournal.unipma.ac.id>.

¹⁰Farida, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 13.10 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 6, Transkrip.

¹¹Sukri, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 10.46 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 2, Transkrip.

“Persepsi terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu dengan membuat produk yang sekreatif mungkin supaya banyak pengunjung wisata yang membeli produk kerajinan sehingga penghasilan dapat bertambah dan juga membuka kesempatan kerja bagi masyarakat yang pengangguran yang mempunyai bakat dan ide kreatif.”¹²

Dari beberapa hasil wawancara tersebut di atas menyebutkan bahwa persepsi pelaku usaha terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu dengan membuka sebuah lapangan pekerjaan serta menciptakan ide baru untuk mengembangkan ekonomi kreatif tersebut.

b. Meningkatkan pendapatan

Yang dimaksud pendapatan disini yaitu jumlah yang diterima dari penghasilan seseorang dari hasil kerjanya atau dari hasil barang yang telah dijual. Jika produk yang dijual oleh pelaku bisnis cepat laku maka provit pendapatan juga akan meningkat. Begitupun sebaliknya jika produk yang dijual tidak cepat laku maka provit juga akan berkurang. Hal itu seperti yang dialami oleh pedagang di kompleks makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

Sesuai wawancara dengan Pak Parman (pedagang souvenir) beliau menuturkan,

“Persepsi terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu semua barang yang di jual harapannya bisa laku sehingga dapat menambah provit pendapatan menjadi meningkat”.¹³

Pernyataan tersebut selaras dengan yang disampaikan oleh Ibu Ayuni (pedagang pakaian),

“Persepsi terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu menjual pakaian yang bergambar Sunan Kalijaga

¹²Mustofa, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 11.04 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 5, Transkrip.

¹³Parman, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 10.04 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 1, Transkrip.

supaya bisa cepat laku. Jika pakaian tersebut cepat laku otomatis penghasilan semakin meningkat.”¹⁴

Selain itu Ibu Mahmudah (pedagang souvenir) juga menuturkan hal sama,

“Persepsi terhadap pengembangan ekonomi kreatif itu menjual souvenir yang bekreasi dan menekuni usaha supaya pengunjung tertarik untuk membelinya sehingga dapat menambah penghasilan.”¹⁵

Dari beberapa hasil wawancara di atas, menyebutkan bahwa persepsi pelaku bisnis terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu jika barang yang dijual laku semua maka pendapatan yang diterima juga meningkat.

c. Tekun menjalani usaha

Proses yang dijalankan untuk terus berusaha hingga suatu usaha tersebut berhasil itulah sifat para pengrajin produk kreatif. Bakat, keberuntungan, kepintaran itu tidak ada artinya jika tidak ada konsistensi.

Sesuai dengan wawancara oleh Pak Fadli (pengrajin bedug) beliau menuturkan,

“Persepsinya yaitu karena tidak semua orang bisa membuat produk kreatif jadi beliau mencoba menekuni dan terus belajar membuat bedug, rebana maupun mebel dan lama kelamaan pasti bisa. Kebanyakan semua orang itu hanya punya toko saja dan tidak membuat produk sendiri. Jadi intinya setiap ada usaha pasti ada hasil”.¹⁶

Pak H. Husen (pengrajin bedug) juga menuturkan hal yang sama,

“Persepsi beliau yaitu dengan membuka lowongan pekerjaan bagi generasi kreatif yang mempunyai bakat

¹⁴Ayuni, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 13.25 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 7, Transkrip.

¹⁵Mahmudah, Wawancara oleh Penulis, 29 Desember, 2019, Pukul 09.16 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 8, Transkrip.

¹⁶Fadli, Wawancara oleh Penulis, 09 Januari, 2020, Pukul 09.13 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 3, Transkrip.

dalam bidangnya dan harus terus menekuni kerajinan yang di buat. Karena dengan terus menekuni pasti akan tumbuh hasil yang memuaskan.”¹⁷

Kemudian Ibu Rahmah (pedagang souvenir dan pakaian) juga menyatakan demikian, beliau menuturkan, “Mencoba menekuni apa yang di jual sekarang ini. Setiap usaha pasti ada lika likunya kadang rame pembeli kadang juga sepi. Tapi beliau tetap tekun dengan usaha tersebut karena suatu saat pasti akan ada hasilnya.”¹⁸

Dari beberapa hasil wawancara tersebut di atas, menyebutkan bahwa persepsi pelaku bisnis terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu konsistensi, karena dengan terus belajar dan menekuni produk kreatif yang telah diciptakan dapat menumbuhkan hasil yang melimpah.

2. Data Faktor yang Mempengaruhi Pelaku Bisnis terhadap Pengembangan Ekonomi Kreatif di Tempat Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak

Perkembangan ekonomi kreatif kini semakin maju. Dulu ekonomi kreatif hanya dipandang sebelah mata maka hal tersebut tidak berlaku lagi sekarang ini. Karena ekonomi kreatif kini terus memperlihatkan pergerakan yang menjanjikan. Dari hasil wawancara oleh peneliti dengan beberapa pelaku bisnis di kompleks makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak mengenai faktor yang mempengaruhi pelaku bisnis terhadap pengembangan ekonomi kreatif adalah sebagai berikut:

a. Media sosial

Sepertinya media sosial tidak akan bisa dilepaskan dari karakteristik ekonomi kreatif. Soalnya media sosial akan mampu menghubungkan banyak orang dalam sekali waktu dengan basis penggunaan yang terus meningkat. Dengan mampu memanfaatkan sosial media secara baik maka ekonomi kreatif akan semakin tumbuh dan berkembang.

¹⁷Husen, Wawancara oleh Penulis, 09 Januari, 2020, Pukul 10.03 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 4, Transkrip.

¹⁸Rahmah, Wawancara oleh Penulis, 29 Desember, 2019, Pukul 09.31 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 9, Transkrip.

Sesuai wawancara dengan Pak Parman (pedagang souvenir) beliau menuturkan,

“Dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih banyak yang mempromosikan produknya lewat media sosial. Beliau juga mempromosikan jualannya ke media sosial. Karena dengan media sosial mampu menghubungkan banyak orang dalam sekali waktu. Apalagi dengan basis penggunaannya yang terus meningkat setiap waktu”.¹⁹

Pernyataan tersebut selaras dengan yang disampaikan oleh Ibu Farida (pedagang pakaian),

“Yang mempengaruhi yaitu dengan mempromosikan jualan ke media sosial. Karena dengan media sosial orang-orang yang ada di mancanegara bisa mengetahui barang yang sedang di jual. Jadi dengan media sosial tersebut dapat memanfaatkannya dengan baik.”²⁰

Ibu Ayuni (pedagang pakaian) juga menyatakan demikian, beliau menuturkan,

“Faktor yang mempengaruhi pengembangan ekonomi kreatif yaitu sosial media. Dengan sosial media bisa mempromosikan barang jualan sampai ke mancanegara. Karena dengan sosial media mampu menghubungkan banyak orang.”²¹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi pengembangan ekonomi kreatif yaitu adanya media sosial. dengan media sosial bisa mampu menghubungkan banyak orang sampai mancanegara.

¹⁹Parman, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 10.06 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 1, Transkrip.

²⁰Farida, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 13.12 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 6, Transkrip.

²¹Ayuni, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 13.27 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 7, Transkrip.

b. Kreativitas yang dimiliki

Kreativitas bisa dibilang menjadi roda penggerak ekonomi kreatif. Apalagi sekarang semakin banyak pelaku bisnis yang terjun dalam bidang ini. Kondisi tersebut pastinya membuat banyak orang memiliki ide yang sama untuk mengembangkan ekonomi kreatif ini. Jika ide tergolong sama pastinya tidak akan mampu menarik perhatian publik. Hal tersebutlah yang menuntun para pelaku bisnis untuk memiliki kreativitas yang tinggi.

Sesuai dengan wawancara Pak Sukri (pengrajin bedug dan rebana) beliau menuturkan,

“Faktor yang mempengaruhi itu kreativitas. Karena dengan kreativitaslah roda penggerak ekonomi kreatif semakin berkembang. Apalagi sekarang banyak pelaku bisnis yang terjun dalam bidang ini. Maka harus pandai-pandainya membuat ide yang menarik untuk produk yang di buat”.²²

Pernyataan tersebut selaras dengan yang disampaikan oleh Pak H. Husen (pengrajin bedug dan rebana) beliau menuturkan,

“Kreativitaslah yang mempengaruhi perkembangan ekonomi kreatif. Karena dengan berpikir kreatif maka kerajinan yang di buat akan disukai oleh banyak orang. Jadi harus pandai menciptakan ide yang kreatif.”²³

Dari beberapa hasil wawancara di atas, menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi perkembangan ekonomi kreatif yaitu kreativitas. Sebagai seorang pengrajin produk kreatif maka harus mempunyai ide yang kreatif untuk dapat menarik perhatian masyarakat.

c. Tenaga kerja yang dimiliki

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pelaku bisnis di kompleks makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak mengenai faktor yang mempengaruhi perkembangan ekonomi kreatif adalah sebagai berikut:

²²Sukri, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 10.47 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 2, Transkrip.

²³Husen, Wawancara oleh Penulis, 09 Januari, 2020, Pukul 10.04 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 4, Transkrip.

Hasil wawancara dengan Pak H. Mustofa (pengrajin bedug dan rebana) beliau menuturkan,

“Yang mempengaruhi yaitu tenaga kerja, karena tenaga kerja merupakan sumber daya yang memadai untuk mendorong kemajuan ekonomi kreatif. Sebab dalam mengerjakan kerajinan kreatif harus memilih tenaga kerja yang benar-benar mempunyai keahlian dalam bidang ini.”²⁴

Ibu Mahmudah (pedagang pakaian) juga menyatakan hal yang sama, beliau menuturkan,

“Faktor yang mempengaruhi yaitu keahlian yang dimiliki. Jika para pelaku bisnis mempekerjakan para tenaga kerja yang kreatif dan bagus dalam bidangnya maka akan berdampak pada kemajuan ekonomi kreatif.”²⁵

Hasil wawancara di atas menjelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi pengembangan ekonomi kreatif adalah pentingnya tenaga kerja yang dimiliki. Karena memilih tenaga kerja itu harus sesuai dengan keahlian yang dimiliki supaya bisa memajukan ekonomi kreatif .

d. Mudahnya akses komunikasi

Komunikasi termasuk peranan yang penting dalam ekonomi kreatif. karena dengan komunikasi yang baik akan memberikan manfaat. Dengan adanya komunikasi yang baik maka para pelaku bisnis akan lebih mudah untuk memamerkan karya yang dimilikinya. Hal ini pasti akan membuat pelaku bisnis untuk lebih mudah mendapatkan apresiasi baik dari publik.

Sesuai dengan wawancara Pak Fadli (pengrajin bedug dan rebana) beliau menuturkan,

“Faktor yang mempengaruhi yaitu jualan online. Dengan memasarkan produk lewat online maka akan menambah jejaring. Bahkan bisa komunikasi sampai

²⁴Mustofa, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 11.06 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 5, Transkrip.

²⁵Mahmudah, Wawancara oleh Penulis, 29 Desember, 2019, Pukul 09.18 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 8, Transkrip.

luar Daerah. Tetapi di sisi lain jika promosi lewat online pembeli tidak bisa mengetahui barangnya serta tidak bisa negoisasi”.²⁶

Ibu Rahmah (pedagang souvenir dan pakaian) juga menuturkan hal yang sama,

“Faktor yang mempengaruhi yaitu komunikasi antar luar Daerah. Dengan berkomunikasi lewat jejaring sosial maka bisa menawarkan dan memamerkan produk yang di jual.”²⁷

Dari hasil wawancara di atas bahwa faktor yang mempengaruhi pengembangan ekonomi kreatif adalah mudahnya akses komunikasi. Dengan berkomunikasi para pelaku usaha bisa memamerkan karya yang telah dibuat serta mendapat apresiasi dari publik.

3. Data Tantangan dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif di Tempat Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Demak

Pengembangan ekonomi kreatif di daerah wisata religi mampu memberikan tantangan sehingga para pengrajin dapat menciptakan kreasi yang kreatif dengan memperlihatkan keunikan dari produknya.²⁸ Dari hasil wawancara dengan pelaku usaha di kompleks makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, tantangan dalam mengembangkan ekonomi kreatif di antaranya:

a. Pemasaran dan kualitas produk

Di dalam suatu usaha harus pandai membuat strategi dalam memasarkan produknya. Kegiatan pemasaran harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika ingin mendapat tanggapan yang baik dari konsumen.

Hasil wawancara dengan Pak Parman (pedagang souvenir), beliau menuturkan,

“Ada beberapa tantangan yang di hadapi yaitu pertama pemasaran, strategi pemasaran itu sangat penting bagi

²⁶Fadli, Wawancara oleh Penulis, 09 Januari, 2020, Pukul 09.15 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 3, Transkrip.

²⁷Rahmah, Wawancara oleh Penulis, 29 Desember, 2019, Pukul 09.33 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 9, Transkrip.

²⁸Sayu Ketut Sutrisna Dewi, Peluang dan Tantangan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Bali, *Seminar “Bali dalam Perspektif 45 Tahun”*, 2015: 7, https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_Penelitian_1_dir/276.pdf.

beliau. Beliau mencoba memasarkan produk yang di jual ke media sosial dan situs belanja online karena akan memudahkan dalam memperkenalkan produk kepada calon pelanggan. Kedua kualitas produk, dengan bertumpu pada pengembangan wisata maka produk kreatif yang di jual akan lebih berorientasi pada selera wisatawan dan diproduksi dalam jumlah yang sangat besar sebagai souvenir. Hal itu pasti akan mengakibatkan hilangnya keunikan nilai khas dari produk kreatif yang di jual”.²⁹

Pak H. Mustofa (pengrajin bedug dan rebana) juga menyatakan demikian, beliau menuturkan,

“Tantangan yang hadapi itu pemasaran, di samping memasarkan ke masyarakat langsung beliau juga memasarkan kerajinan kreatif ke situs belanja online. Jika memasarkan ke masyarakat langsung harus pandai bicara dan merayu supaya mereka tertarik dengan produk yang di jual. Selain itu juga modal juga termasuk tantangan bagi beliau, karena jika kekurangan modal maka usaha yang didirikan tidak akan berkembang.”³⁰

Selain itu Ibu Farida (pedagang pakaian) juga menuturkan hal yang sama,

“Tantangan yang di hadapi saat ini yaitu cara memasarkan produk kepada konsumen dan juga kualitas produk yang di jual. Beliau harus memilih produk kreatif yang sesuai dengan selera konsumen. Jika tidak maka akan mengakibatkan keunikan dari produk kreatif yang di jual hilang.”³¹

²⁹Parman, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 10.09 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 1, Transkrip.

³⁰Mustofa, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 11.07 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 5, Transkrip.

³¹Farida, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 13.13 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 6, Transkrip.

Dari beberapa hasil wawancara di atas menyebutkan bahwa tantangan dalam mengembangkan ekonomi kreatif yaitu melalui pemasaran dan kualitas produk yang dijual.

b. Modal

Dari sebagian pelaku usaha menuturkan ada yang mendapatkan modal dari Bupati atau Dinas Kebudayaan dan Dinas Pendidikan. Ada juga yang mendapat modal dari Kelurahan Desa Kadilangu sebagai bentuk perwujudan apresiasi untuk memulai usaha. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan di kompleks makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak mengenai tantangan dalam mengembangkan ekonomi kreatif adalah sebagai berikut:

Hasil wawancara dengan Pak Sukri (pengrajin bedug dan rebana) beliau menuturkan,

“Tantangannya yaitu pertama, masalah infrastruktur yang masih mengedepankan modal dibandingkan kreativitas. Kreativitas terkadang baru akan memperoleh penghargaan yang sesuai apabila disukai oleh pasar. Banyak pesaing yang mempunyai modal besar itu mampu mempengaruhi pasar dan akhirnya persaingan menjadi tidak sehat. Kedua, permasalahan hak cipta, orang-orang akan dengan mudahnya melakukan duplikasi produk-produk kreatif juga akan berpotensi besar merusak struktur ekonomi kreatif karena banyak pelaku usaha yang dirugikan”.³²

Sedangkan wawancara dengan Pak H. Husen (pengrajin bedug dan rebana) beliau menuturkan,

“Tantangannya yaitu terkait masalah modal. Banyak yang mempunyai modal besar mampu mempengaruhi konsumen dan pangsa pasar. Hal itu menjadikan persaingan usaha yang tidak sehat.”³³

Pernyataan tersebut selaras dengan yang disampaikan Ibu Ayuni (pedagang pakaian) beliau menuturkan,

³²Sukri, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 10.49 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 2, Transkrip.

³³Husen, Wawancara oleh Penulis, 09 Januari, 2020, Pukul 10.06 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 4, Transkrip.

“Tantangan yang di hadapi yaitu terkait besarnya modal. Banyak yang mempunyai modal besar mampu mempengaruhi pasar. Bahkan kreativitas sudah tidak dipentingkan lagi.”³⁴

Dari data tersebut di atas, tantangan dalam mengembangkan ekonomi kreatif yaitu berpengaruh pada besarnya modal yang dimiliki.

c. Pandai cari peluang

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa informan di kompleks makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak mengenai tantangan dalam mengembangkan ekonomi kreatif sebagai berikut:

Hasil wawancara dengan Pak Fadli (pengrajin bedug) beliau menuturkan,

“Tantangannya yaitu harus kreatif dan pandai-pandainya cari peluang. Karena sekarang harga jual itu murah tetapi cara pekerjaannya yang sulit. Selain itu harus membuat produk dengan kualitas yang bagus juga agar pelanggan puas dengan produk yang di buat. Kemudian kurangnya modal juga menjadi tantangan bagi beliau karena jika modal kurang maka usaha tidak bisa berkembang.”³⁵

Sedangkan pada wawancara Ibu Mahmudah (pedagang souvenir) beliau menuturkan.

“Harus pandai-pandainya cari peluang. Karena sekarang pesaing semakin banyak jadi pandai-pandainya cari peluang.”³⁶

Kemudian pada wawancara dengan Ibu Rahmah (pedagang souvenir dan pakaian) beliau menuturkan,

³⁴Ayuni, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 13.28 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 7, Transkrip.

³⁵Fadli, Wawancara oleh Penulis, 09 Januari, 2020, Pukul 09.17 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 3, Transkrip.

³⁶Mahmudah, Wawancara oleh Penulis, 29 Desember, 2019, Pukul 09.20 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 8, Transkrip.

“Tantangan yang di hadapi yaitu cari peluang. Karena tidak mudah mencari peluang jadi harus sependai mungkin dalam mencari peluang.”³⁷

Dari data di atas tantangan dalam mengembangkan ekonomi kreatif yaitu harus kreatif dan pandai mencari peluang.

4. Data Peran Pemerintah dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif di Tempat Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak

Peranan pemerintah dalam pengelolaan wisata religi makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak dan dalam mengembangkan ekonomi kreatif sangat penting. Pemerintah Daerah Demak melalui kantor Kelurahan Kadilangu Demak secara langsung mengatur dan mengawasi kegiatan ekonomi kreatif di wisata religi tersebut. Hal tersebut seperti yang disampaikan oleh Pak Marsono selaku Kepala Desa Kadilangu, beliau menuturkan,

“Peran pemerintah yaitu membuat wadah pengusaha wisata dalam bentuk wadah paguyuban, ikut membina diadakannya pertemuan, membangun dan merawat infrastruktur, mengatur para pelaku bisnis, memberikan pinjaman modal bagi masyarakat yang menjalankan bisnisnya, dan ikut mempromosikan produk dari hasil ekonomi kreatif ke berbagai daerah dan mancanegara. Membangun dan merawat infrastruktur seperti peningkatan kualitas jalan raya menuju wisata religi makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, peningkatan kualitas parkir bus bagi peziarah, pembuatan penunjuk arah menuju wisata, pembuatan taman, penyediaan sarana dan prasarana kebersihan, serta pembangunan saluran air limbah”.³⁸

Menurut hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa peran pemerintah yaitu membuat wadah paguyuban, pembangunan infrastruktur, mengatur para pelaku bisnis,

³⁷Rahmah, Wawancara oleh Penulis, 29 Desember, 2019, Pukul 09.35 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 9, Transkrip.

³⁸Marsono, Wawancara oleh Penulis, 30 Desember, 2019, Pukul 08.06 WIB, di Kantor Kelurahan Kadilangu Demak, Wawancara 10, Transkrip.

mempromosikan produk kreatif yang dijual oleh pelaku bisnis, serta memberikan pinjaman modal bagi masyarakat yang membutuhkan untuk membuat usaha.

5. Data Upaya Konvergensi Pemerintah Cendekiawan dan Pelaku Bisnis dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif

Ketiga aktor tersebut Pemerintah, Cendekiawan dan pelaku bisnis merupakan penggerak utama munculnya kreativitas yang berupa ide dan gagasan ilmu pengetahuan. Dari hasil wawancara dengan dengan Pemerintah, Cendekiawan dan pelaku bisnis, upaya konvergensi yang dilakukan mereka di kompleks makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak dalam menggerakkan ekonomi kreatif yaitu:

Wawancara dengan Pak Marsono (kepala desa kadilangu) beliau menuturkan,

“Upaya pemerintah yaitu berupa peningkatan kualitas sumber daya manusia, meningkatkan jumlah pengusaha, membuka lapangan kerja baru serta informasi terkait ekonomi kreatif.”³⁹

Selain itu Pak Ade Nugroho (cendekiawan) beliau juga menuturkan,

“Kalau upaya dalam menggerakkan ekonomi kreatif yaitu mendukung perkembangan ekonomi kreatif dan memberikan kebebasan berkreasi.”⁴⁰

Pak Parman (pedagang souvenir) juga menyampaikan upaya konvergensi dalam menggerakkan ekonomi kreatif, beliau menuturkan,

“Upaya yang dilakukan yaitu harus pandai melakukan promosi terhadap barang yang di jual supaya konsumen mengetahui produk yang di jual serta memberi diskon kepada pembeli untuk menarik pembeli.”⁴¹

³⁹Marsono, Wawancara oleh Penulis, 30 Desember, 2019, Pukul 08.08 WIB, di Kantor Kelurahan Kadilangu Demak, Wawancara 10, Transkrip.

⁴⁰Ade Nugroho, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 09.30 WIB, di Kantor Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 11, Transkrip.

⁴¹Parman, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 10.21 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 1, Transkrip.

Pak Sukri (pengrajin bedug) juga menyampaikan demikian, beliau menuturkan,

“Upaya yang dilakukan yaitu harus pandai melakukan promosi dan juga memberikan diskon kepada pembeli.”⁴²

Kemudian Pak Fadli (pengrajin bedug, rebana dan mebel) beliau menuturkan,

“Harus sependai mungkin membuat produk kreatif sehingga bisa membuat masyarakat tertarik dan juga pandai mempromosikan kepada masyarakat.”⁴³

Dari data diatas, upaya konvergensi yang dilakukan oleh pemerintah yaitu berupa berupa peningkatan SDM, menambah jumlah pengusaha serta menciptakan lapangan kerja. Pemerintah bergerak mulai dari sarana prasarana dan kebutuhan ekonomi kreatif serta menciptakan kredit murah untuk meningkatkan wirausaha. Pemerintah melalui dinas tenaga kerja berkoordinasi untuk membimbing tenaga kerja dalam bersaing. Sedangkan upaya konvergensi yang dilakukan oleh cendekiawan yaitu mendukung perkembangan ekonomi kreatif dan memberikan kebebasan berkreasi. Sedangkan upaya konvergensi pelaku usaha yaitu harus pandai membuat produk kreatif serta menawarkan kepada pelanggan dengan memberikan potongan harga yang standar.

C. Analisis Data Penelitian

1. Persepsi Pelaku Bisnis Terhadap Pengembangan Ekonomi Kreatif di Tempat Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak

Persepsi merupakan proses untuk memilih atau mengutarakan pendapatnya dengan suatu realita yang telah terjadi.⁴⁴ Persepsi penting untuk dilakukan karena untuk

⁴²Sukri, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 10.55 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 2, Transkrip.

⁴³Fadli, Wawancara oleh Penulis, 09 Januari, 2020, Pukul 09.22 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 3, Transkrip.

⁴⁴Veithzal Rivai, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 231.

mengevaluasi seseorang dalam mengeluarkan pendapatnya.⁴⁵ Bisnis adalah suatu organisasi yang dikenali secara legal, dan sengaja diciptakan untuk menyediakan barang-barang baik berupa produk maupun jasa kepada konsumen. Bisnis pada umumnya dimiliki oleh swasta dan dibentuk untuk menghasilkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya.⁴⁶

Berdasarkan pengamatan di lapangan, terdapat beberapa persepsi pelaku bisnis terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu:

a. Membuka lapangan pekerjaan

Menurut wawancara oleh Ibu Farida (pedagang pakaian) beliau menuturkan,

“Persepsi terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu dengan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan ini.”⁴⁷

Pernyataan tersebut diperkuat dengan pernyataan yang disampaikan oleh Pak Sukri (pengrajin bedug dan rebana) yaitu,

“Adapun persepsi terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu dengan cara membangun lapangan pekerjaan dan menciptakan sesuatu hal yang baru dengan keadaan di sekitar kita.”⁴⁸

Pak H. Mustofa juga menyatakan demikian, beliau menuturkan,

“Persepsi terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu dengan membuat produk yang sekreatif mungkin yang berasal dari pemanfaatan kreativitas untuk

⁴⁵Rohmaul Listyana, Rudi Hartono, “Persepsi dan Sikap Masyarakat terhadap Penanggalan Jawa dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaen Magetan Tahun 2013)”, *Jurnal Agastya* 5 no.1 (2015): 121.

⁴⁶Maulid Mulyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif antara Tuntutan dan Kebutuhan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 50.

⁴⁷Farida, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 13.10 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 6, Transkrip.

⁴⁸Sukri, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 10.46 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 2, Transkrip.

membuka kesempatan kerja bagi masyarakat yang pengangguran yang mempunyai bakat dan ide kreatif.”⁴⁹

Dari pernyataan tersebut dapat dianalisis bahwa lapangan pekerjaan merupakan persepsi pelaku bisnis terhadap pengembangan ekonomi kreatif. Dengan berkembangnya ekonomi kreatif dapat membuka kesempatan kerja bagi masyarakat yang memiliki minat dan keahlian dalam bidang ekonomi kreatif. Dari keahlian yang dimiliki sehingga bisa menciptakan produk yang berkreasi. Produk kreatif yang dibuat berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat untuk menciptakan kesejahteraan lapangan kerja melalui penciptaan daya kreasi dan daya cipta individu.

b. Meningkatkan pendapatan

Sesuai wawancara dengan Pak Parman (pedagang souvenir) beliau menuturkan,

“Persepsi terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu semua barang yang di jual harapannya bisa laku sehingga dapat menambah provit pendapatan menjadi meningkat”.⁵⁰

Pernyataan tersebut selaras dengan yang disampaikan oleh Ibu Ayuni (pedagang pakaian),

“Persepsi terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu menjual pakaian yang bergambar Sunan Kalijaga supaya bisa cepat laku. Jika pakaian tersebut cepat laku otomatis penghasilan semakin meningkat.”⁵¹

Selain itu Ibu Mahmudah (pedagang souvenir) juga menuturkan hal sama,

⁴⁹Mustofa, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 11.04 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 5, Transkrip.

⁵⁰Parman, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 10.04 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 1, Transkrip.

⁵¹Ayuni, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 13.25 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 7, Transkrip.

“Persepsi terhadap pengembangan ekonomi kreatif itu menjual souvenir yang bekreasi supaya pengunjung tertarik untuk membelinya sehingga dapat menambah penghasilan.”⁵²

Pernyataan tersebut dapat dianalisis bahwa persepsi pelaku bisnis terhadap pengembangan ekonomi kreatif yaitu dapat meningkatkan pendapatan. Dengan membuat produk yang bekreasi maka dapat menarik pengunjung wisata untuk membelinya. Adapun produk yang dijual meliputi pakaian, souvenir dan kerajinan kreatif. Apabila produk yang dijual tersebut laku semua maka dapat meningkatkan pendapatan.

c. Tekun menjalani usaha

Sesuai dengan wawancara oleh Pak Fadli (pengrajin bedug) beliau menuturkan,

“Persepsi beliau yaitu karena tidak semua orang bisa membuat produk kreatif jadi beliau mencoba menekuni dan terus belajar membuat bedug, rebana maupun mebel dan lama kelamaan pasti bisa. Kebanyakan semua orang itu hanya punya toko saja dan tidak membuat produk sendiri. Jadi intinya itu setiap ada usaha pasti ada hasil”.⁵³

Pak H. Husen (pengrajin bedug) juga menuturkan hal yang sama,

“Persepsi beliau yaitu harus terus menekuni kerajinan yang saya buat. Karena dengan terus menekuni pasti akan tumbuh hasil yang memuaskan.”⁵⁴

Kemudian Ibu Rahmah (pedagang souvenir dan pakaian) juga menyatakan demikian, beliau menuturkan,

“Mencoba menekuni apa yang di jual sekarang ini. Setiap usaha pasti ada lika likunya kadang rame pembeli kadang juga sepi. Tapi beliau tetap tekun

⁵²Mahmudah, Wawancara oleh Penulis, 29 Desember, 2019, Pukul 09.16 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 8, Transkrip.

⁵³Fadli, Wawancara oleh Penulis, 09 Januari, 2020, Pukul 09.13 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 3, Transkrip.

⁵⁴Husen, Wawancara oleh Penulis, 09 Januari, 2020, Pukul 10.03 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 4, Transkrip.

dengan usaha tersebut karena suatu saat pasti akan ada hasilnya.”⁵⁵

Dari pernyataan di atas penulis dapat menganalisa persepsi pelaku bisnis terhadap pengembangan ekonomi kreatif. Para pelaku bisnis mencoba menekuni usaha yang dijalankan dan terus belajar menciptakan produk kreatif. Karena tidak semua orang bisa membuat produk kreatif tersebut, jadi para pelaku bisnis harus memiliki ide yang kreatif dalam menciptakan produk kreatif. Mereka akan terus berusaha dan tekun karena mereka yakin usaha yang diciptakan akan menumbuhkan hasil yang melimpah.

Tabel 4.2
Matriks Persepsi Pelaku Bisnis Terhadap Pengembangan Ekonomi Kreatif di Tempat Wisata Religi dalam Menggerakkan Ekonomi Kreatif

Persepsi	Narasumber (N)								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Membuka lapangan pekerjaan		√		√	√	√			
Meningkatkan pendapatan	√				√		√	√	
Tekun menjalani usaha		√	√	√				√	√

Sumber: Hasil penelitian diolah

Tabel 4.3
Penjelasan Persepsi Pelaku Bisnis Terhadap Pengembangan Ekonomi Kreatif di Tempat Wisata Religi dalam Menggerakkan Ekonomi Kreatif

Narasumber	Persepsi	Penjelasan
1	a. Meningkatkan pendapatan	Harapan pelaku bisnis agar semua barang yang dijual bisa laku sehingga dapat meningkatkan penghasilan.
2	a. Menciptakan lapangan pekerjaan b. Tekun menjalani usaha	Dengan memiliki ketrampilan dan bakat untuk berkreasi maka dapat menciptakan lapangan kerja dalam membuat produk kreatif. Tekun berusaha dalam membuat kerajinan kreatif agar dapat menumbuhkan hasil.

⁵⁵Rahmah, Wawancara oleh Penulis, 29 Desember, 2019, Pukul 09.31 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 9, Transkrip.

3	a. Tekun menjalani usaha	Karena tidak semua orang bisa membuat produk kreatif maka pelaku bisnis tersebut mencoba menekuni dan terus belajar agar dapat menumbuhkan hasil.
4	a. Menciptakan lapangan kerja b. Tekun menjalani usaha	-Membuka kesempatan kerja bagi generasi kreatif yang ahli dalam bidangnya. Tekun menjalani usaha dan terus belajar membuat produk kreatif supaya dapat berkembang.
5.	a. Menciptakan lapangan pekerjaan b. Meningkatkan pendapatan	Membuka kesempatan kerja bagi masyarakat yang mempunyai bakat dan ide kreatif. Membuat produk yang sekreatif mungkin supaya dapat menarik pembeli sehingga bisa menambah penghasilan.
6	a. Membuka lapangan pekerjaan	Membuka kesempatan kerja bagi yang memiliki keahlian kreatif.
7	a. Meningkatkan pendapatan	Membuat produk yang berkreasi seperti menjual pakaian yang bergambar sunan kalijaga untuk menarik minat pembeli sehingga dapat menambah penghasilan.
8	a. Meningkatkan pendapatan b. Tekun menjalani usaha	Menjual souvenir yang berkreasi supaya banyak pembeli sehingga menambah penghasilan . Serta tekun menjalani usaha agar bisa berkembang.
9	a. Tekun menjalani usaha	Mencoba menekuni apa yang dijual saat ini meskipun kadang sepi pembeli. Tapi beliau tetap tekun berusaha sehingga menumbuhkan hasil.

Sumber: Hasil penelitian diolah

2. Upaya Konvergensi Pemerintah, Cendekiawan, dan Pelaku Bisnis dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif di Tempat Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak

Pemerintah adalah organisasi yang memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang di

wilayah tertentu. Pemerintah yang dimaksud dalam hal ini adalah pemerintah kelurahan Kadilangu Demak yang terkait dengan kemajuan ekonomi kreatif di daerah wisata religi makam Sunan Kalijaga Demak. Pemerintah kadilangu dalam menerapkan hal undang-undang maupun pengelolaan di wisata religi makam Sunan Kalijaga ini bekerja sama dengan pihak Yayasan Sunan Kalijaga karena pemilik atau pengelola sendiri dari makam Sunan Kalijaga.

Pemerintah berperan sebagai pengelola sistem bisnis. Pada dasarnya pemerintah memiliki peran penting dalam kemajuan ekonomi kreatif khususnya di daerah wisata religi makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak. Melalui pengelolaan otonomi daerah yang baik serta dengan regulasi yang tepat maka akan membawa dampak positif bagi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Demak termasuk di wisata religi makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak. Kemajuan ekonomi kreatif sangat dipengaruhi oleh lokasi, toleransi atau pola pikir kreatif. Ditinjau dari lokasi wisata religi makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak merupakan pasar yang potensial bagi ekonomi kreatif. karena merupakan pasar yang menyerap produk-produk kreatif seperti kerajinan, souvenir dan lain-lain. Ekonomi kreatif sendiri hanya harus dilihat dari sudut pandang penyiapan SDM unggul melalui pendidikan yang menjawab kebutuhan zaman. Ekonomi kreatif memupuk ekonomi, budaya, dan aspek-aspek sosial yang saling berhubungan dengan teknologi, kekayaan intelektual, dan tujuan-tujuan wisata.

Cendekiawan yaitu seseorang yang pandai mengolah seni dan ilmu pengetahuannya dalam menerapkan penerapan ilmu.⁵⁶ Dari definisi di atas, kecendekiawan itu juga ditentukan dari keinginan menerapkan ilmu, dan menularkannya. Dalam konteks ekonomi kreatif, cendekiawan mencakup budayawan, seniman, punakawan, begawan, para pendidik di lembaga-lembaga pendidikan, para pelopor di paguyuban, padepokan, sanggar budaya yang terkait dari pengembangan ekonomi kreatif.⁵⁷

Dari hasil wawancara dengan dengan Pemerintah, Cendekiawan dan pelaku bisnis, upaya konvergensi yang

⁵⁶Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), 53.

⁵⁷Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, 54.

dilakukan mereka di kompleks makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak dalam menggerakkan ekonomi kreatif yaitu:

Wawancara dengan Pak Marsono (kepala desa kadilangu) beliau menuturkan,

“Upaya pemerintah yaitu berupa peningkatan kualitas sumber daya manusia, meningkatkan jumlah pengusaha, membuka lapangan kerja baru serta informasi terkait ekonomi kreatif.”⁵⁸

Selain itu Pak Ade Nugroho (cendekiawan) beliau juga menuturkan,

“Kalau upaya dalam menggerakkan ekonomi kreatif yaitu mendukung perkembangan ekonomi kreatif dan memberikan kebebasan berkreasi.”⁵⁹

Pak Parman (pedagang souvenir) juga menyampaikan upaya konvergensi dalam menggerakkan ekonomi kreatif, beliau menuturkan,

“Upaya yang dilakukan yaitu harus pandai melakukan promosi terhadap barang yang di jual supaya konsumen mengetahui produk yang di jual serta memberi diskon kepada pembeli untuk menarik pembeli.”⁶⁰

Dari pernyataan di atas, penulis dapat menganalisa upaya konvergensi pemerintah, cendekiawan dan pelaku bisnis yaitu Bersinerginya antara pemerintah, cendekiawan dan pelaku bisnis sangat ditunggu untuk mampu mengembangkan usaha ini kedepannya dengan harapan satu tujuan.

⁵⁸Marsono, Wawancara oleh Penulis, 30 Desember, 2019, Pukul 08.08 WIB, di Kantor Kelurahan Kadilangu Demak, Wawancara 10, Transkrip.

⁵⁹Ade Nugroho, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 09.30 WIB, di Kantor Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 11, Transkrip.

⁶⁰Parman, Wawancara oleh Penulis, 28 Desember, 2019, Pukul 10.21 WIB, di Kompleks Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Wawancara 1, Transkrip.

Tabel 4.4
Matriks Upaya Konvergensi Pemerintah, Cendekiawan dan Pelaku Bisnis dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif

Upaya	Narasumber (N)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Distribusi	√	√	√		√	√	√	√	√		
Pemberian diskon	√	√			√		√				
Menciptakan produk yang kreatif			√	√	√						
Peningkatan kualitas SDM										√	
Meningkatkan jumlah pengusaha										√	
Membuka lapangan kerja baru										√	
Memberi dukungan dan kebebasan berkreasi											√

Sumber: Hasil penelitian diolah

Tabel 4.5
Penjelasan Upaya Konvergensi Pemerintah, Cendekiawan dan Pelaku Bisnis dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif

Narasumber	Upaya Konvergensi	Penjelasan
1	a. Distribusi b. Pemberian diskon	Memberitahukan atau menawarkan produk yang dijual dengan memberi potongan harga agar dapat menarik pelanggan untuk membelinya.
2	a. Distribusi b. Pemberian diskon	Menawarkan ke pelanggan dengan memberi potongan harga supaya pelanggan bisa tertarik.
3	a. Menciptakan produk kreatif b. Distribusi	Membuat produk dengan ide kreatif serta pandai menawarkan produk yang dijual ke pelanggan.
4	a. Menciptakan produk kreatif	Menciptakan produk yang kreatif dan inovatif agar dapat menarik pelanggan.
5	a. Menciptakan produk kreatif b. Distribusi c. Pemberian diskon	Membuat produk yang sekreatif mungkin kemudian ditawarkan ke pelanggan dengan cara memberi potongan harga supaya banyak pelanggan yang tertarik.

6	a. Distribusi	Menawarkan kepada masyarakat atau pelanggan mengenai produk pakaian kreatif yang dijual.
7	a. Distribusi b. Pemberiandiskon	Harus pandai menawarkan pakaian kepada pelanggan serta memberikan potongan harga yang standar.
8	a. Distribusi	Sepandai mungkin menawarkan souvenir yang dijual kepada pembeli.
9	a. Distribusi	Menawarkan souvenir dan pakaian kepada pengunjung wisata supaya mereka tertarik.
10	a. Peningkatan kualitas SDM b. Meningkatkan jumlah pengusaha c. Membuka lapangan kerja baru	Pemerintah bergerak mulai dari sarana prasarana dan kebutuhan ekonomi kreatif. Pemerintah menciptakan kredit murah untuk meningkatkan wirausaha. Pemerintah melalui dinas tenaga kerja berkoordinasi dalam menyiapkan tenaga kerja yang mumpuni dan siap bersaing.
11	a. Memberi dukungan dan kebebasan	Mendukung ekonomi kreatif supaya berjalan serta memberikan kebebasan dalam berkreasi.

Sumber: Hasil penelitian diolah