

**PERAN *STAKEHOLDERS* DALAM MENGEMBANGKAN  
PARIWISATA RELIGI MAKAM SUNAN KALIJAGA  
KADILANGU DEMAK**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Sosial (S.Sos)

**Jurusan Manajemen Dakwah (MD)**

Oleh :

Salma Ummatin Nisa

1801036152

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
2022**

**PENGESAHAN SKRIPSI**

**Peran Stakeholders Dalam Mengembangkan Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga**

**Kadilangu Demak**

Oleh :

Salma Ummatin Nisa

1801036152

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 21 Desember 2022 dan dinyatakan  
**LULUS** memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua/Penguji I



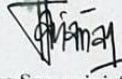
Dedy Susanto, S.Sos.I, M.S.I  
NIP : 198105142007101001

Sekretaris/Penguji II



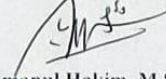
Uswatun Niswah, S.Sos.I, M.S.I  
NIP : 198404022018012001

Penguji III




Hi. Ariana Survorini, SE., MMSI  
NIP : 197709302005012002

Penguji IV



Lukmanul Hakim, M.Sc  
NIP : 199101152019031010

Mengetahui,  
Pembimbing



Uswatun Niswah, S.Sos.I, M.S.I  
NIP : 198404022018012001

Disahkan oleh  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Pada tanggal,



Prof. Dr. H. Akas Supena, M.Ag  
NIP : 197204102001121003

## NOTA PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Prof. Dr. Hamka KM.2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan Telp. (024) 7506405  
Semarang 50185 website: fakfakom.walisongo.ac.id email: fakdakom.uinws@gmail.com

### NOTA PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada Yth, Ketua Jurusan Manajemen Dakwah  
(MD) Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan  
sebagaimana mestinya, kami menyatakan bahwa naskah skripsi saudara :

Nama : Salma Ummatin Nisa  
NIM : 1801036152  
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Judul : Peran *Stakeholders* Dalam Mengembangkan Pariwisata Religi Makam  
Sunan Kalijaga Kadilangu Demak

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami  
ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 24 November 2022

Pembimbing,

Uswatun Niswah, S.Sos.I,M.S.I.

NIP. 198404022018012001

## HALAMAN PERNYATAAN

### HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya, pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun yang belum atau tidak diterbitkan, sumbernya di jelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Semarang, 24 November 2022



**Salma Ummatin Nisa**

NIM. 1801036152

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat, Taufiq dan hidayah-Nya, sehingga dengan penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *Peran Stakeholders Dalam Mengembangkan Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak*. Shalawat tak hentinya terucap dan salam tak hentinya tersampaikan kepada Nabi Besar Muhammad SAW. Semoga kita masih diakui menjadi umat beliau dan bisa bersandingan menuju syurganya Allah SWT.

Berkat nikmat kesehatan dan pengetahuan yang dilimpahkan Allah kepada hambanya yang lemah ini, skripsi ini dapat terselesaikan dan bisa digunakan sebagai pemenuhan syarat menyandang gelar sarjana strata satu (S1) program studi Manajemen Dakwah (MD) Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK). Banyak tantangan dalam mengerjakan skripsi ini, namun atas izin Allah SWT penulis bisa menyelesaikan dengan baik. Dalam penyusunan skripsi, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak terkait, motivasi, dan dukungan untuk penulis. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Dra. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd., dan Bapak Dedy Susanto, S.Sos.I, M.S.I selaku Ketua dan Sekertaris Jurusan Manajemen Dakwah UIN Walisongo Semarang.
4. Ibu Uswatun Niswah, S.Sos.I, M.S.I selaku Dosen pembimbing sekaligus wali studi yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan dan motivasi kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Segenap Bapak Ibu Dosen, Asisten Dosen Jurusan Manajemen Dakwah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta pegawai, dan seluruh civitas akademika di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang telah memberikan wawasan, ilmu

pengetahuan, dan pengalaman bagi penulis

6. Kedua orang tua, Bapak Seno dan Ibu Sri Wirayati, serta keluarga yang telah memberi dukungan penuh untuk masa depan penulis. Semoga selalu diberikan kesehatan oleh Allah SWT.
7. Seluruh narasumber baik juru kunci Makam Sunan Kalijaga yaitu Bapak Edy Mursalin, sekretaris Yayasan yaitu Bapak Mike Sananta serta para jajaranya dan para pedagang yang telah meluangkan waktu sebagai narasumber dalam skripsi ini.
8. Sahabat, Firda Mailashofa, Nurfitria dan Aqila Najha yang sudah membantu penulis dari sebelum masuk hingga penulis menyelesaikan studinya di UIN Walisongo dan selalu memberi dukungan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Orang-orang terdekat, Erik Riyandi, Elda Ingrid, Nia, Kiki Kustina dan Ibu Farida yang sudah seperti ibu kandung yang telah membantu dan menolong penulis selama melakukan studi di UIN Walisongo.
10. Teman-teman jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2018, terutama kelas MD D yang selalu memberi kenangan dan dukungan yang positif terhadap penulis.
11. Seluruh pihak yang memberikan dukungan dalam upaya menyelesaikan skripsi ini terucap rasa terimakasih yang mendalam dari penulis. Kesadaran penulis akan kekurangan ini berkenaan dengan tulisan dan teori yang digunakan masihlah banyak. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dalam upaya menuju kesempurnaan. Semoga Allah meridhoi kebermanfaatan skripsi ini untuk penulis dan juga pembaca.

Semarang, 24 November 20

Penulis,

**Salma Ummatin Nisa**

Nim. 1801036152

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah, dengan rasa syukur yang tak henti saya ucapkan atas selesainya karya yang sangat berharga ini. Skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang tercinta yang senantiasa sangat berharga di hidup saya selama ini:

1. Bapak dan Ibu tersayang, Bapak Seno dan Ibu Sri Wirayati yang telah berjuang untuk masa depan putrinya, mengikhhlaskan tenaga dan pikirannya. Terima kasih atas doa yang tiada henti, kasih sayang, bimbingan, serta ridho kalian untuk saya sehingga bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Adikku, Farhan Wibiseno yang telah menghibur, menyemangati dan memberikan pembelajaran yang banyak untuk menjadi kakak yang lebih baik.
3. Sahabat, Firda Mailashofa meski tidak ada kontribusi dalam skripsi penulis, namun banyak memberikan kesan dan membantu sedari sebelum masuk hingga penulis menyelesaikan studinya di UIN Walisongo
4. Orang-orang terdekat, Erik Riyandi, Elda Ingrid, Nia dan keluarga Aqila Najha yang sudah membantu dan menolong penulis selama melakukan studi di UIN Walisongo.
5. Almamater Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pencapaian selama awal kuliah hingga akhir.

## **MOTTO**

Harga Diri itu Perlu dibela dan diperjuangkan

***Bondo, Bahu, Pikir, Lek Perlu Sak Nyawane Pisan!***



## ABSTRAK

Penelitian ini ditulis oleh Salma Ummatin Nisa (1801036152) dengan judul *Peran Stakeholders Dalam Mengembangkan Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak*, Program Strata Satu (S1), Jurusan Manajemen Dakwah UIN Walisongo Semarang.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya peran *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak. Setiap *stakeholder* yang terlibat memiliki kepentingan dan pengaruh yang berbeda dalam pelaksanaan pengembangan pariwisata khususnya objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana peran *stakeholders* dalam mengembangkan pariwisata religi pada Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak? (2) Bagaimana analisis SWOT pengembangan daya tarik pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga di Kadilangu Demak?.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *stakeholder* dalam mengembangkan pariwisata religi pada Makam Sunan Kalijaga dan mengetahui analisis SWOT pengembangan daya tarik pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara. Dalam menganalisis data penulis melakukan tahap-tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *Stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan wisata religi Makam Sunan Kalijaga terdiri dari Bisnis (pengusaha), Yayasan Sunan Kalijaga, Pemerintah Desa Kadilangu, Dinas Pariwisata, Masyarakat dan Tokoh Masyarakat, Wisatawan, Lembaga Swadaya Masyarakat. 2) Peran *stakeholder* yang terlibat dalam pengembangan destinasi wisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak masih belum optimal, Yayasan Sunan Kalijaga sebagai *stakeholder* perlu meningkatkan manajemen kepengurusannya. Pemerintah sebagai *stakeholder* perlu meningkatkan perhatiannya terhadap objek pariwisata Makam Sunan Kalijaga. Peran masyarakat sebagai *stakeholder* perlu meningkatkan solidaritas. Peran pengusaha dan wisatawan sudah berjalan dengan baik, namun Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) sebagai *stakeholder* perannya belum terlibat sama sekali.

**Kata Kunci:** *Peran, Stakeholder, Pengembangan, Wisata Religi.*

## DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI .....	i
NOTA PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERSEMBAHAN .....	vii
MOTTO .....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Metode Penelitian .....	12
1. Jenis penelitian dan Pendekatan penelitian.....	12
2. Sumber Data.....	13
3. Teknik Pengumpulan Data.....	14
4. Teknik Analisis Data.....	15
5. Uji Keabsahan Data .....	16
G. Sistematika penulisan .....	17
BAB II PERAN <i>STAKEHOLDERS</i> DALAM MENGEMBANGKAN.....	19
PARIWISATA RELIGI.....	19
A. Peran <i>Stakeholders</i> .....	19
1. Pengertian Peran .....	19
2. Macam-Macam Peran .....	20

3. Bentuk-Bentuk Peran .....	21
B. <i>Stakeholders</i> .....	23
1. Pengertian <i>Stakeholders</i> .....	23
2. Jenis-Jenis <i>Stakeholder</i> .....	24
3. Peran <i>Stakeholders</i> Dalam Pariwisata.....	26
C. Pariwisata.....	27
1. Pengertian Pariwisata.....	27
2. Jenis-Jenis Pariwisata.....	30
3. Bentuk-Bentuk Pariwisata .....	34
D. Pariwisata Religi.....	36
1. Pengertian Pariwisata Religi .....	36
2. Fungsi Pariwisata Religi .....	38
3. Bentuk-Bentuk Pariwisata Religi.....	39
<b>BAB III GAMBARAN UMUM PARIWISATA RELIGI MAKAM SUNAN KALIJAGA KADILANGU DEMAK .....</b>	<b>40</b>
A. Gambaran Umum Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.....	40
1. Profil Sunan Kalijaga.....	40
2. Letak Geografis Makam Sunan Kalijaga.....	41
3. Sejarah Makam Sunan Kalijaga.....	43
4. Sejarah berdirinya Yayasan Sunan Kalijaga.....	44
5. Struktur Organisasi .....	45
6. Maksud dan Tujuan Yayasan Sunan Kalijaga .....	45
7. Gambaran Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga.....	46
8. Ziarah Makam Sunan Kalijaga .....	49
9. Fasilitas Umum Makam Sunan Kalijaga Kadilangu.....	51
B. Peran <i>Stakeholders</i> Makam Sunan Kalijaga.....	53
1. Stakeholder Kunci.....	53
2. <i>Stakeholder</i> Utama (Primer) .....	55
3. <i>Stakeholder</i> Pendukung (Sekunder).....	55
C. Analisis SWOT Daya Tarik Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga .....	57
1. Faktor Internal.....	57
2. Faktor Eksternal .....	59

3. Manfaat, Tujuan dan Fungsi Analisis SWOT .....	60
BAB IV ANALISIS PERAN <i>STAKEHOLDERS</i> DALAM MENGEMBANGKAN PARIWISATA RELIGI MAKAM SUNAN KALIJAGA KADILANGU DEMAK .....	62
A. Analisis Peran <i>Stakeholders</i> Dalam Mengembangkan Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak .....	62
1. Peran Yayasan Sunan Kalijaga .....	64
2. Peran Pemerintah .....	65
B. Analisis SWOT Dalam Mengembangkan Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.....	69
1. <i>Strenght</i> (Kekuatan) .....	71
2. <i>Weakness</i> (Kelemahan) .....	72
3. Opportunity (Peluang) .....	75
4. <i>Threath</i> (Ancaman) .....	77
BAB V PENUTUP.....	80
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	81
DAFTAR PUSTAKA .....	83

## DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 3.1 Peta Lokasi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak .....</i>	<i>41</i>
<i>Gambar 3.2 Struktur Organisasi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu.....</i>	<i>44</i>
<i>Gambar 3.3 Makam Sunan Kalijaga .....</i>	<i>46</i>
<i>Gambar 3.4 Grebeg Besar .....</i>	<i>47</i>
<i>Gambar 3.5 Ruwatan Massal.....</i>	<i>48</i>
<i>Gambar 3.6 Para Peziarah.....</i>	<i>49</i>
<i>Gambar 3.7 Masjid Sunan Kalijaga Kadilangu .....</i>	<i>51</i>
<i>Gambar 3.8 Tempat Parkir Bus Pariwisata .....</i>	<i>52</i>
<i>Gambar 3.9 Pendopo Makam Sunan Kalijaga Kadilangu .....</i>	<i>52</i>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 <i>Peran Stakeholder Kunci Dalam Pengembangan Pariwisata Religi</i> <i>Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak</i> .....	63
Tabel 4.2 <i>Peran Stakeholder Utama Dalam Pengembangan Pariwisata Religi</i> <i>Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak</i> .....	65
Tabel 4.3 <i>Peran Stakeholder Pendukung Dalam Pengembangan Pariwisata</i> <i>Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak</i> .....	66
Tabel 4.4 <i>Analisis Faktor Internal Pengembangan Pariwisata Religi Makam</i> <i>Sunan Kalijaga Kadilangu Demak</i> .....	70
Tabel 4.5 <i>Analisis Faktor Internal Pengembangan Pariwisata Religi Makam</i> <i>Sunan Kalijaga Kadilangu Demak</i> .....	73

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Industri pariwisata menjadi salah satu industri yang tampak menjanjikan di masa depan. Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak daya tarik dalam bidang pariwisata, dengan berpariwisata seseorang dapat mengekspresikan perasaan dan pikirannya. Seseorang yang datang untuk berwisata memiliki tujuan dan motivasi yang beragam, bukan lain untuk menikmati keindahan alam, mengunjungi tempat-tempat bersejarah, bahkan wisata-wisata konvensional lainnya. Kegiatan berpariwisata tidak akan pernah terlepas dari ruang lingkup masyarakat Indonesia dalam mengekspresikan kemauan, perasaan dan pikirannya. Dewasa ini pariwisata merupakan suatu kebutuhan primer bagi masyarakat untuk mencukupi kebutuhan hidup.

Di belakang keindahan alam Indonesia ada juga banyak kearifan lokal yang membuat negara beragam budaya supaya menjadi atraksi mereka sendiri untuk wisatawan, komunitas dan masyarakat Indonesia yang terus mendorong pertumbuhan dan mengembangkan toleransi terhadap penciptaan suatu keharmonisan masyarakat Indonesia. Dalam ini membuat nilai tambah bagi minat wisata untuk mengunjungi Indonesia.

Kepariwisata terutama pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga banyak membutuhkan dukungan dari masyarakat seperti mengelola UMKM sekitar Makam Sunan Kalijaga, seperti warung makam, akomodasi, toko oleh-oleh dan lain-lain. Hal tersebut dapat menunjang masyarakat dalam mencari mata pencaharian dan dapat mendorong masyarakat ikut berperan dalam menjaga kelestarian lingkungan dan membantu kesejahteraan masyarakat. Hubungan sinergis antara pemerintah, pihak makam, juga masyarakat dan sektor swasta merupakan bagian penting dari mengimplementasikan upaya revitalisasi ini. Upaya revitalisasi dari wilayah bersejarah area makam adalah sebuah peluang bisnis dan usaha yang membutuhkan kerjasama antara para *stakeholders* baik pemerintah, sektor swasta dan masyarakat sekitar. Tidak dipermasalahkan

siapapun yang memiliki gagasan untuk melakukannya, yang perlu diperhatikan adalah bagaimana para *stakeholders* ini terlibat dalam upaya revitalisasi wilayah ini, karena peran *stakeholders* ini dapat ikut serta upaya revitalisasi.

Dalam proses pengembangan pada objek pariwisata, *stakeholders* memiliki peran penting di dalamnya terutama pada pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak. Pemangku kepentingan atau biasa disebut *stakeholders* ialah sebuah kelompok ataupun individu ataupun organisasi yang mempunyai kepentingan, keterlibatan dan pengaruh pada suatu program ataupun kegiatan pembangunan. *Stakeholders* mempunyai peran penting disetiap pembangunan dan pengembangan pariwisata, tidak adanya peran *stakeholders* eksternal dan internal dalam obyek wisata Makam Sunan Kalijaga maka tidak akan berjalan dengan maksimal. Pengembangan sebuah pariwisata ada tiga *stakeholders* yang berperan yaitu pemerintah, swasta dan masyarakat, namun *stakeholders* dalam pengembangan Makam Sunan Kalijaga memiliki beberapa *stakeholders* yang termasuk *stakeholders* internal dan eksternal. Namun penulis ingin mengkaji *stakeholder* eksternalnya yaitu dari Pemerintah, masyarakat, pengusaha, LSM dan *stakeholder* internal sebagai *stakeholder* kunci ialah Yayasan Sunan Kalijaga.

Obyek wisata religi tentunya memerlukan perhatian yang sangat intensif dari para *stakeholders* agar kedatangan para peziarah baik dari dalam maupun luar daerah bisa memperoleh kenyamanan dan rasa aman saat mengunjungi tempat tersebut. Seperti halnya Makam Sunan Kalijaga, dalam peninggalannya perlu adanya perawatan dan revitalisasi untuk meningkatkan ekonomi dan daya tarik pengunjung dan upaya ini dapat meningkatkan manfaat ekonomi dan keberlanjutannya. Dalam pengembangan Makam Sunan Kalijaga memerlukan dukungan dari beberapa *stakeholders* internal maupun *stakeholders* eksternal. Adanya pembangunan wisata terutama pariwisata religi guna meningkatkan pendapatan daerah serta memperkenalkan kebudayaan atau peninggalan sejarah Islam. Dalam pengembangan wisata religi dilakukan agar tetap memperhatikan terpeliharanya kebudayaan dan tidak mengubah suatu yang khas dari peninggalannya.



Menurut data yang diperoleh dari dinas pariwisata dari banyaknya pengunjung Makam Sunan Kalijaga yang tercatat pada tahun 2019 sebanyak 1.033.170 orang, pada tahun 2020 mendapati pengunjung 252. 535 orang, dan menurut data pada tahun 2022 hingga akhir februari sebanyak 152.296 orang. Berdasarkan data yang tercantum oleh dinas pariwisata bahwasannya Makam Sunan Kalijaga tidak pernah sepi dari pengunjung maupun saat pandemi dan pasca pandemi Covid-19 (Open Data Kabupaten Demak: 2022). Menurut data tersebut wisata religi Makam Sunan Kalijaga sebagai situs wisata ziarah paling diminati dalam kunjungannya.

Kota Demak menjadi lebih ramai akan aktivitas berziarah khususnya pada waktu waktu tertentu terutama pada beberapa tempat ziarah seperti Masjid Agung Demak, Makam Sunan Kalijaga, Masjid Kadilangu, Makam Ki Gede Mojo di Kecamatan Wonosalam, Makam Syeh Hasan Bakem di Kecamatan Bonang, Makam Raja Demak (Raden Fattah di Pati Unus dan Sultan Trenggana) dan Makam Abdullah Muzakkir di Kecamatan Sayung, secara intensitas hanya makan di masjid Demak dan makam di Kadilangu yang paling ramai dikunjungi para peziarah terutama di bulan *Safar, Dzulhijjah dan bulan Syawal* (Marwoto & Imam Santoso, 2020: 20).

Dari perspektif Islam, pariwisata diperbolehkan selama tujuan wisata itu untuk bertadabur, mengenali syariat Islam lebih dalam dan mengambil pembelajaran dari kunjungannya. Fungsi wisata berdasarkan Al- Qur'an ialah memperkuat Iman. Dengan adanya memperhatikan alam sekitar maka akan semakin sadar bahwa itu telah dibuat oleh Tuhan yang memberi kenikmatan dan rizqi. Dalam Alquran sudah dijelaskan ayat Allah yang menganjurkan umat manusia untuk bepergian dengan tujuan mengenang orang-orang terdahulu, pada surah Yusuf : 109, yang berbunyi:

فَيَنْظُرُوا الْأَرْضَ فِي يَسِيرُوا أَفَلَمْ الْفُرَى أَهْلٍ مِّنَ الْبِهِمْ نُوحِي رِجَالًا إِلَّا قَبْلِكَ مِّنَ أَرْسَلْنَا وَمَا

تَعْقِلُونَ أَفَلَا اتَّقَوْا لِلَّذِينَ خَيْرُ الْأَخِرَةِ وَلَدَارُ قَبْلِهِمْ مِّنَ الدِّينِ عَاقِبَةُ كَانَ كَيْفَ

*Artinya: “Dan kami tidak mengutus sebelummu (Muhammad), melainkan orang laki-laki yang kami berikan wahyu kepadanya di antara penduduk Negri. Tidakkah mereka bepergian di Bumi lalu melihat bagaimana kesudahan orang-orang sebelum mereka (yang mendustakan Rasul). Dan sungguh, Negri akhirat itu lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Tidakkah kamu mengerti.?”*

Banyak sekali potensi pariwisata di Indonesia yang dapat dikunjungi masyarakat khususnya di Pulau Jawa, Makam Sunan Kalijaga merupakan salah satu wisata ziarah yang tidak pernah sepi akan pengunjung. Kegiatan tersebut dilakukan masyarakat sebagai bentuk penghormatan dan sebagai pengingat jasa para wali Allah dalam menyebarkan Islam di tanah Jawa. Namun tidak dapat setiap hari peziarah masuk dalam cungkup Makam Sunan Kalijaga karena cungkup tersebut dibuka dihari-hari tertentu yaitu Jum’at Pon, Jum’at pahing dan Jum’at Kliwon serta hari besar lainnya.

Salah satu tanggung jawab pemangku kepentingan atau *stakeholders* ialah membantu proses pengembangan pariwisata salah satunya dalam pariwisata religi. Makam Sunan Kalijaga tidak memungut biaya kunjungan pada pelanggan, bahkan setiap tahunnya pada kurun waktu tertentu melakukan revitalisasi pada makam, hanya saja peziarah bisa menyumbang seikhlasnya di kotak-kotak yang disediakan yayasan pengelola makam yang terletak di sepanjang jalur menuju makam. *Stakeholders* setempat mengelola Makam Sunan Kalijaga dengan sangat baik, kepengurusan dan pengelolaan yayasan dilakukan oleh sebagian besar orang dari silsilah keluarga Sunan Kalijaga, hal ini karna mempertahankan silsilah keluarga yang masih ada sampai sekarang, maka dari itu, dalam struktur kepengurusan yang ada, masih bergelar Raden atau Raden Ayu yang berarti keturunan Sunan Kalijaga.

Kunjungan Makam Sunan Kalijaga tidak pernah sepi dan terus menerus mendapati pengunjung untuk berziarah baik dari dalam maupun luar daerah. Hal tersebut menjadi tempat yang strategis untuk pengemis dan gelandangan untuk meminta sumbangan kepada pengunjung (Open Data Kabupaten Demak: 2022). Hal tersebut dapat di saksikan sepanjang pintu masuk sampai pintu keluar makam, dengan jumlahnya tidak sedikit dapat mengganggu pengunjung

dalam aktivitasnya, kemanan dan ketertiban umum menjadi terganggu dan dapat memberi citra yang buruk terhadap pemerintah Kabupaten Demak. Oleh karena itu Pemerintah Kabupaten Demak mengeluarkan Peraturan Daerah No 2 tahun 2015 tentang penanggulangan penyakit masyarakat yang ditetapkan pada tanggal 6 Maret 2015 yang diatur dalam bab V Pasal 8 sampai Pasal 12. Namun meski sudah ditetapkan peraturan daerah oleh Pemerintah Kabupaten Demak kawasan jalur pintu masuk dan pintu keluar Makam Sunan Kalijaga masih sering dijumpai pengemis dan gelandangan. Maka dari itu penulis ingin meneliti bagaimana peran *stakeholder* dalam mengembangkan pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga dalam menanggulangi masalah yang masih ditemukan hingga saat ini yang memicu gangguan terhadap pengunjung makam dan menimbulkan rasa tidak nyaman dalam beziarah.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana Strategi Stakeholders dalam sebuah pengembangan pada Makam Sunan Kalijaga melalui skripsi dengan judul “*Peran Stakeholders Dalam Mengembangkan Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diajukan, maka permasalahan yang akan dibahas oleh penulis sebagai berikut:

1. Bagaimana peran *stakeholders* dalam mengembangkan pariwisata religi pada Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak?
2. Bagaimana analisis SWOT pengembangan daya tarik pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga di Kadilangu Demak?

## **C. Tujuan penelitian**

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah yang sudah dijelaskan oleh peneliti tersebut, secara tertulis skripsi ini berisis beberapa tujuan lainnya sebagai berikut:

1. Mengetahui peran *stakeholders* dalam mengembangkan pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.
2. Mengetahui analisis SWOT pengembangan daya tarik pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Peneliti mengharapkan adanya manfaat baik pada hasil penelitiannya secara teoritis maupun secara praktis, yaitu sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penulis telah memaparkan dalam skripsinya mengenai peran *stakeholders* dalam mengembangkan pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, yang diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis bagi pembaca terutama pada peneliti selanjutnya agar menambah dan mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan mengenai bagaimana peran *stakeholders* dalam membantu pengembangan suatu pariwisata salah satunya pariwisata religi pada Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi.

##### **2. Manfaat Praktis**

Dengan dibuatnya penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat secara praktis kepada masyarakat terutama kepada peneliti selanjutnya untuk menjadikan rujukan dan rekomendasi untuk menganalisis peran *Stakeholders* dalam pengembangan pariwisata, khususnya pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

Secara hasil penelitian ini diharapkan menjadi evaluasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya dalam membahas tentang peran *stakeholders* dalam segala hal khususnya pada pengembangan pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka merupakan telaah kritis yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya untuk menghindari kesaan atau plagiasi, oleh karen aitu

penulis menemukan judul-judul penelitian yang relevan sebagai pembanding dari skripsi ini, antara lain:

Pertama, jurnal ilmiah yang dilakukan oleh Lutfi Andrianto Lenan pada tahun 2018 dengan judul “*Kolaborasi Antar Stakeholders Dalam Pengembangan Pariwisata Religi Sunan Giri Di Kabupaten Gresik*” berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan penulis menjelaskan bahwa dalam pengembangan pariwisata religi pada makam sunan giri Gresik ada beberapa aktor yang termasuk stakeholders yang terlibat dalam pengelolaan, yaitu: dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, UPT sunan giri, Yayasan pengelola makam sunan giri, perusahaan swasta (PT. Semen Indonesia), perangkat desa dan dari masyarakat sekitar kawasan Makam Sunan Giri dari beberapa *Stakeholders* yang terlibat dalam dalam pengelolaannya masing-masing mempunyai peran penting dalam masing-masing cara dalam mengembangkan Makam Sunan Giri Gresik. Dari hasil penelitian sementara telah disimpulkan adanya rencana target kerja yang bisa mendekati pada tujuan yang telah ditargetkan yang dimana kolaborasi dari beberapa *Stakeholders* berjalan sesuai yang diharapkan.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data interview atau wawancara, observasi dan dokumentasi. Persamaan penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu membahas tentang pengembangan pariwisata religi yang melibatkan *stakeholders* dalam pengelolaannya. Perbedaan dari penelitian yang akan penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian terdahulu membahas tentang kolaborasi antar *stakeholders* dalam pengembangan pariwisata religi makam Sunan Giri Gresik, sedangkan Penelitian ini menganalisis peran *stakeholders* dalam mengembangkan pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

Kedua, jurnal ilmiah yang dilakukan oleh Fuad Amsyari pada tahun 2018 dengan judul penelitian “*Kolaborasi Antar Stakeholders Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Religi Makam Sunan Ampel Kota Surabaya*”. Penelitian ini mempunyai bertujuan untuk mengetahui bagaimana kolaborasi antar Stakeholder dalam upaya pengembangan obyek

kawasan wisata religi Sunan Ampel Kota Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang berlokasi di Makam Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data interview atau wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini diketahui bahwa dalam pengenalan pihak dinas pariwisata yang bekerjasama dengan Yayasan Sunan Ampel dan wisata yang sedang berkembang di Kota Surabaya ikut terlibat untuk mempermudah pengenalan potensi wisata religi tersebut. Dalam program tersebut bertujuan untuk membuka peluang kepada masyarakat sekitar untuk mengelola usaha agar menciptakan suatu barang dan jasa yang khas dari wisata religi Makam Sunan Ampel Surabaya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah dalam *stakeholders* dalam pengembangan wisata religi. Perbedaan antara dua penelitian tersebut terletak pada pembahasan *stakeholders* dan lokasi penelitiannya, penelitian terdahulu membahas tentang kolaborasi antar *stakeholders* dalam pengembangan sektor pariwisata religi makam Sunan Ampel Surabaya, sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu membahas tentang peran *stakeholders* dalam mengembangkan pariwisata religi pada Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

Ketiga, jurnal ilmiah yang dilakukan oleh Sulastri pada tahun 2017 dalam penelitiannya yang berjudul “*Peran Stakeholders Dalam Pengembangan Kebun Raya Massenrempulu Enrengkang*”. penelitian ini sangatlah didukung oleh masyarakat, karna di wisata tersebut sangatlah minim dalam sarana prasarana, maka dari itu sangatlah dibutuhkan banyak dana dan peran *Stakeholders* dalam pengembangan Kebun Raya Massenrempulu, dengan minimnya sarana prasarana tersebut membuat pengunjung maupun wisatawan masih sangatlah kurang adanya keinginan untuk berkunjung ke Kebun Raya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan tipe penelitian fenomenologi agar memperoleh data dan informasi berdasarkan pengalaman yang dialami oleh informan tentang peran *Stakeholders* dalam pengelolaan objek pariwisata . Adanya perhatian dan turun tangan dari para *Stakeholders* dalam menyediakan

pembangunan fasilitas umum demi kenyamanan para pengunjung ke objek pariwisata tersebut. Hasil penelitian ini diketahui bahwa Manajemen Kebun Raya Massenrempulu melakukan kerjasama dengan LIPI (lembaga ilmu pengetahuan) yang bertujuan menambah wawasan terhadap pegawai dan masyarakat yang mempunyai keinginan agar mendapatkan ilmu tentang bagaimana mengelola kebun Raya Massenrempulu dengan baik dan benar, sehingga mempunyai banyak strategi untuk menarik wisatawan dan pelajar yang ingin mengadakan penelitian. *Stakeholders* juga memperhatikan proses pengelolaan objek pariwisata Kebun Raya Massenrempulu Enrengkang dengan menjadikan pemerintah sebagai fasilitator dan masyarakat sebagai pengelola sekitar wisata tersebut. Pemerintah daerah kabupaten tersebut memiliki program yang melibatkan masyarakat dengan mendirikan warung-warung makan dan kedai sovenir-sovenir bertujuan untuk menarik para wisatawan.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis teliti ialah peranan *stakeholders* dalam pengelolaan objek pariwisata bila dikembangkan dengan baik maka akan menjadi suatu potensi yang dapat meningkatkan pendapatan daerah. Sedangkan perbedaannya terletak pada tujuan penelitian dan lokasi penelitian. Penelitian terdahulu membahas tentang peran *stakeholders* dalam pengelolaan objek pariwisata Kebun Raya Massenrempulu Enrengkang, sedangkan penelitian yang akan penulis teliti adalah peran *stakeholders* dalam pengembangan pariwisata religi di Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Evita Brilianti, dkk pada dengan judul penelitian “ Analisis Peran *Stakeholders* Dalam Pengelolaan Desa Wisata Randugede *Hidden Paradise*, Kecamatan Plaosan, Kabupaten Magetan tahun 2021”. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sektor perekonomian desa dan memberdayakan masyarakat desa sebagai subyek dan obyek dalam pembangunan desa wisata. Banyak dukungan dari wisata lokal baik dari sumber daya alam dan sumber daya manusia yang siap diperdayakan untuk mengembangkan kepariwisataan di Kabupaten

Magetan. Yang diharapkan selama pengelolaan desa wisata adalah selain menambah pendapatan perekonomian desa tentunya akan mensejahterakan masyarakat serta menciptakan pariwisata berkelanjutan. Namun pernyataan tersebut masih dikhawatirkan oleh masyarakat Desa Randugawe bahwa banyak yang beranggapan kalau keuntungan akan diperoleh oleh pihak desa dan pemerintah dan bukan diperoleh masyarakat sendiri. Hakikatnya masyarakat yang ikut bergabung dan tidak bergabung akan merasakan pengaruh dan manfaatnya saat peran *stakeholders* selama dalam pengembangan dan pengelolaan desa wisata. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *stakeholders* yang terlibat dalam pengembangan dan pengelolaan Desa Wisata RHP yaitu masyarakat Desa Randugede, *stakeholders* kunci yaitu badan pengelola desa wisata RHP (sub unit BUMDES Randualas dan *investor*) dan Disparbudpora, serta *stakeholders* sekunder yang meliputi pemerintah Desa Randugede, komunitas swasta dan lain-lain. Peran *stakeholders* dalam masing masing tugasnya menyatakan bahwa kerjasama yang telah dilakukan mendapati persinggungan antara *stakeholders* lainnya sehingga dalam pengelolaan dan pengembangannya tidak mendapatkan hasil yang maksimal.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dasar penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, wawancara yang dilakukan terhadap kepala desa, ketua BUMDES Randualas, investor, masyarakat yang terpilih, observasi partisipasi serta dokumentasi. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian yang akan penulis lakukan ialah membahas tentang peran *stakeholders* dalam pengembangan sebuah pariwisata, sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dan perbedaan penelitian yang akan penulis lakukan ialah terletak pada jenis wisata, obyek wisata dan lokasi wisata. jenis wisata penelitian terdahulu membahas tentang Desa Wisata, obyek wisata *Hidden Paradise* dan lokasi yang di teliti berada di Desa Randugede Kecamatan Plaosan Kabupaten Magetan, sedangkan penulis meneliti tentang peran *stakeholders*



dalam mengembangkan pariwisata religi di Makam Sunan Kalijaga yang berlokasi di Desa Kadilangu Kecamatan Demak Kabupaten Demak.

Kelima, jurnal ilmiah yang dilakukan oleh Grace Ginting, dkk pada tahun 2021 dengan judul “*Analisis Peran Stakeholders Dalam Pengembangan Pariwisata Sosiar Di Kabupaten Karo Sumatra Utara*”. Dari hasil penelitian ini wisata Siosar Kabupaten Karo Sumatra Utara memiliki 3 stakeholders ialah pemerintah, swasta dan masyarakat. Pertama dari pemerintah yang mempunyai empat peran, yaitu sebagai wirausaha yang berfungsi untuk mendorong dan membantu masyarakat membuka usaha disekitar kawasan wisata, akan tetapi peran pemerintah sebagai wirausaha belum terlaksana dengan baik, dari informasi yang didapat pelaku usaha belum pernah merasakan peran pemerintah yang sesungguhnya dan belum mampu memanfaatkan BUMDES sisosar dalam proses pengembangan pariwisata, pemerintah sebagai stimulator yang berfungsi sebagai pengembang dalam pelaku wisata yang menyediakan fasilitas, dari informasi peneliti sebagian wisatawan belum pernah merasakan tindakan khusus terhadap wisatawan dalam menyediakan fasilitas promosi untuk mendukung pembangunan pariwisata sisosar, pemerintah sebagai koordinator yang bertugas untuk menetapkan kebijakan kebijakan yang akan diterapkan dalam wisata Siosar, dari informasi yang didapat pada penulis bahwa penetapan kebijakan hanyalah penetapan saja secara lisan sedangkan masyarakat dan wisatawan tidak dapat memahami kebijakan kebijakan yang telah ditetapkan dan bisa dibilang sebagai *miss communication* dan pemerintah sebagai fasilitator peran pemerintah tersebut yang bertugas menyediakan sarana prasarana yang dapat mendukung proses pengembangan pariwisata sisosar. Kedua swasta yang berperan dari lembaga pengelola dan ketiga masyarakat yang mempunyai peran sebagai pengelola objek pariwisata dengan menjadi pelaku usaha di sekitar wisata Siosar, inti dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran *Stakeholders* dalam pengembangan wisata sosiar belum signifikan dan masing masing

*Stakeholders* telah melaksanakan perannya masing masing akan tetapi belum memberikan hasil yang optimal.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode penelien tinjauan pustaka atau *literatur review* dari berbagai sumber yang berkaitan dengan peran *stakeholders*, pengembangan pariwisata yang diambil dari penelitian sebelumnya. Sumber data menggunakan data sekunder yang ditelaah melalui eksplor jurnal, buku dan dokumen yang relevan, teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian yang akan penulis lakukan terletak pada analisis *stakeholders* dalam pengembangan pariwisata, sedangkan bedanya terletak pada fokus judul, lokasi dan objek pariwisata dari judul yang dibuat oleh peneliti, penelitian terdahulu membahas tentang analisis peran *stakeholders* dalam pengembangan pariwisata Siosar Kabupaten Karo Sumatra Utara sedangkan penelitian yang penulis akan lakukan ialah menganalisis peran *stakeholders* dalam mengembangkan pariwisata religi pada Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis penelitian dan Pendekatan penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif atau penelitian lapangan yang diartikan dengan prosedur penelitian dengan hasil data yang diperoleh dari dokumentasi hasil penelitian, pengawasan, evaluasi, pengamatan pendahuluan dan pernyataan orang-orang yang patut dipercaya (Sugiyono, 2019: 274). Sehingga penelitian ini tidak menggunakan rumusan-rumusan statistik (pengukuran), dan logika matematika. Namun dalam penyajiannya berbentuk penjabaran yang tertulis.

Jadi penelitian ini bentuknya ialah penelitian sosial yang memanfaatkan sistematisasi kualitatif deskriptif dengan tujuan penelitiannya untuk meringkas, menggambarkan beragam keadaan sebagai fenomena atau

situasi sosial yang terjadi di masyarakat sebagai objek yang dikaji dan berusaha memunculkan realitas ke permukaan sebagai suatu gambaran, tanda, model, sifat, karakter dan ciri mengenai fenomena, situasi atau keadaan tertentu.

## **2. Sumber Data**

Sumber data menjadi subyek yang nantinya akan memunculkan data. Jika didasarkan pada sumber datanya maka data terbagi kedalam dua bentuk yakni data dari manusia merupakan data yang berasal dari informasi manusia serta dijadikan sebagai subjek penelitian dan data dari non manusia yaitu sumber data yang didapat melalui beragam dokumen mulai dari hasil pengamatan, foto atau gambar, rekaman, catatan yang berkenaan dengan objek penelitian (Sadiah, 2015: 87). Peneliti memanfaatkan dua jenis data yakni primer dan sekunder.

### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang didapatkan melalui informasi tertentu berkaitan dengan data dari informan mengenai permasalahan yang dianalisa, yang dimana pemberi data merupakan sumber utama. Jadi data ialah data utama atau pokok yang menjadi bahan penelitian atau analisis. Penulis memperoleh data primer dengan melakukan wawancara kepada R. Adhi Purwo Ketua Yayasan Sunan Kalijaga dan Edy Moersalien Juru Kunci Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang didapatkan melalui publikasi, dokumentasi yang telah diperoleh dari hasil penelitian. Data sekunder juga menjadi data yang didapatkan dari kepustakaan. Penulis menggunakan data sekunder sebagai penunjang data sekunder yang didapatkan dari buku-buku, artikel, foto dokumentasi dan sumber data lain yang dapat dijadikan pelengkap bagi data yang terkait dengan obyek yang diteliti.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan model Miles dan Huberman adalah proses atau cara sistematis dalam menyajikan, mencatat dan mengumpulkan fakta dengan tujuan khusus. Sehingga teknik pengumpulan data menjadi langkah strategis dalam suatu penelitian. Adapun langkah-langkah untuk mendapatkan data dijalankan melalui teknik berikut:

#### a. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yang mengharuskan peneliti untuk secara langsung menuju lokus penelitian demi mengamati terhadap fenomena yang terkait langsung dengan enda, kegiatan, pelaku, tempat, ruang, waktu, peristiwa, perasaan dan tujuan (Sugiyono, 2019: 216). Kegiatan mengamati dan mencatat dilakukan secara sistematis mengenai fenomena yang diamati. Metode ini dimanfaatkan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan “Analisis Strategi *Stakeholders* Dalam Pengembangan Wisata Religi Makan Sunan Kalijaga Kadilangu Demak”.

#### b. Wawancara

*Interview* atau wawancara ialah teknik komunikasi verbal dengan tujuan dalam mendapatkan data (Adi, 2004: 72). Teknik ini menjadi teknik untuk mendapatkan data dengan tanya jawab yang dijalankan dengan cara tanya jawab, oleh karena itu peneliti hendak mewawancarai informan secara langsung dimana informan ini ahli dibidangnya diantaranya: juru kunci makam, dan yayasan Sunan Kalijaga sebagai pengelola utama Makam Sunan Kalijaga. Melalui metode ini diharapkan dapat mendapatkan keterangan secara langsung dari responden dengan melakukan tanya jawab dan mendapatkan data valid.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi menjadi teknik yang dimanfaatkan untuk mengumpulkan data mengenai benda peninggalan tertulis yang berupa buku, arsip mengenai pandangan, teori, dalil, hukum-hukum, dan lain sebagainya yang berkesinambungan dengan masalah penyelidikan

(Namawi, 1987: 129). Teknik dokumentasi ini dijalankan melalui pengumpulan beragam dokumen yang memiliki keterkaitan dengan aktivitas yang dijalankan, misalnya dokumen, foto mengenai aktivitas yang terdapat di Makam Sunan Kalijaga.

#### **4. Teknik Analisis Data**

Analisis data dijalankan ketika kodifikasi data dalam periode tertentu. Setelah mendapat data hasil wawancara dan dokumentasi, maka peneliti melakukan analisis jawaban pada data yang sudah didapat dengan memanfaatkan uji analisis non statistik. Kemudian melakukan klasifikasi yang disesuaikan dengan objek kajian kemudian datanya dianalisa dan disusun.

Analisis data ialah proses pengaturan penyusunan kata, mengorganisasikan dan mengurutkan menjadi suatu kategori, pola dan uraian dasar. Pada penelitian ini, peneliti memanfaatkan teknik kualitatif deskriptif demi menjelaskan keadaan yang terjadi di lapangan melalui hasil penelitian yang telah dipilih secara sistematis berdasarkan kategorinya dengan memanfaatkan bahasa yang lebih ringan untuk dipahami semua orang.

Dalam menganalisis data yang dimanfaatkan dalam penelitian ini akan dilakukan langkah-langkah berikut:

##### **a. Reduksi Data**

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian, penggolongan data yang didapat dari catatan-catatan lapangan sehingga kesimpulan dapat diambil. Data yang telah dikumpulkan kemudian dipilih dengan selektif dan disesuaikan dengan rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian.

##### **b. Penyajian Data**

Penyajian data dijalankan secara induktif, yaitu dengan melakukan uraian mengenai problematika penelitian secara umum yang selanjutnya dijelaskan dengan lebih spesifik.

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan yang sementara dan dapat berganti ketika didapatkan data baru dalam mengumpulkan data lanjutan. Kesimpulan yang didapatkan di lokus penelitian kemudian dilakukan pemverifikasian selama penelitian dijalankan dengan melakukan peninjauan lagi catatan lapangan sehingga kesimpulan yang diperoleh merupakan kesimpulan yang kredibel (Sugiyono, 2021: 134-137).

## 5. Uji Keabsahan Data

Uji yang dijalankan untuk memahami absah atau tidaknya data dimanfaatkan untuk menyanggah mengenai tuduhan peneliti dalam penelitian kualitatif yang dikatakan tidak ilmiah dan menjadi unsur yang pasti terdapat dalam ilmu penelitian. Pertanggung jawaban data dalam penelitian ini salah satunya dengan menguji keabsahan datanya, dimana uji keabsahan data yang bisa dilakukan yaitu Trianggulasi. Menurut Wierma sebagaimana dikutip oleh Sugiyono bahwa triangulasi pada uji kredibilitas dimaknai dengan pengecekan data dari beragam sumber melalui beragam waktu. Melalui hal ini triangulasi berupa triangulasi sumber, teknik dan waktu.

a. Trianggulasi Sumber

Dimanfaatkan dalam pengujian kredibilitas data yang dijalankan melalui pengecekan data yang sudah didapatkan dari beragam informan. Data yang sudah dikumpulkan masuk kedalam tahapan analisa dan pada akhirnya memunculkan kesimpulan untuk kemudian dimintakan kesepakatan kepada informan.

b. Trianggulasi Teknik

Dimanfaatkan dalam pengujian kredibilitas data yang dijalankan melalui pengecekan data kepada informan yang sama namun memanfaatkan teknik yang berlainan. Contohnya pengecekan data yang didapatkan melalui wawancara, dokumentasi dan pengamatan. Ketika melalui teknik uji kredibilitas data memunculkan data yang berlainan,

meniscayakan adanya diskusi lanjutan kepada informan yang dipandang benar.

c. Trianggulasi waktu

Informasi yang diperoleh melalui teknik wawancara pada pagi hari ketika informan masih dalam keadaan segar akan memunculkan data yang dominan valid dimana data ini akan meningkatkan kredibilitas datanya dan kemudian dilakukan pengecekan observasi, wawancara dan teknik lainnya dalam waktu atau keadaan yang berlainan. Ketika hasil pengujiannya memunculkan data yang berlainan maka perlu dijalankan pengecekan berulang sampai pada ditemukannya kejenuhan data (Sugiyono, 2021: 181-191).

## G. Sistematika penulisan

Agar mempermudah memahami isi dari masing-masing bab yang berkaitan judul skripsi ini yang berjudul “Analisis Strategi Stakeholders Dalam Pengembangan Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak” maka penulis akan menjabarkan sistematika penulisan skripsi yang didalamnya memuat lima bab yang memiliki keterkaitan dari bab 1 dan selanjutnya, yaitu:

- BAB I                    Pada bagian ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode.logi penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II                   Berisi tentang kerangka teori, yaitu pengertian peran, pengertian *stakeholders*, peran *stakeholders* dalam pariwisata, pengertian pariwisata, jenis-jenis pariwisata, bentuk-bentuk pariwisata, pengertian wisata religi, fungsi wisata religi, bentuk-bentuk pariwisata religi.
- BAB III                   Gambaran umum obyek dan hasil penelitian, dalam bab ini menggambarkan tentang obyek wisata Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak yang mencakup latar belakang sejarah berdiri dan berkembangnya, Visi dan Misi, struktur Organisasi, kegiatan rutin tahunan yang diselenggarakan

oleh pengelola makam Sunan Kalijaga dan peran *stakeholders* dalam mengembangkan wisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

BAB IV Analisis hasil Penelitian, Pada bagian ini penulis akan menguraikan suatu analisis mengenai peran *stakeholders* dan analisis SWOT dalam mengembangkan daya tarik pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

BAB V Penutup yang berisi kesimpulan dan saran, pada bagian akhir ini terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran dan biodata penulis.



## **BAB II**

### **PERAN *STAKEHOLDERS* DALAM MENGEMBANGKAN PARIWISATA RELIGI**

#### **A. Peran *Stakeholders***

##### **1. Pengertian Peran**

Peran ialah perbuatan yang dilakukan oleh manusia dengan cara telah melakukan hak dan kewajiban yang sesuai dengan peraturan masyarakat yang berlaku, dan telah diungkapkan bahwasanya peran adalah sebuah aspek yang dinamis dari kedudukan yang dimiliki seseorang yang telah melakukan hak dan kewajiban, oleh karena orang tersebut telah melakukan sebuah peran. Peran dapat diartikan pula sebagai sebuah konsep mengenai hal yang telah dijalankan oleh seseorang kepada masyarakat dengan tuntutan perilaku terhadap individu (Raintung, dkk, 2021: 3-4).

Menurut Narwoko & Suyanto sebagaimana dikutip oleh Limbong & Amirudin (2022: 60) bahwa *role* atau peran ialah aspek yang dinamis dari status atau kedudukan. Manusia yang sudah melaksanakan kewajiban dan haknya selaras dengan kedudukannya maka manusia tersebut sudah menjalankan peran. Kedua hal tersebut tidak terpisahkan karena adanya ketergantungan satu dengan lainnya dimana hal ini bermakna tidak terdapat status tanpa peran dan tidak ada peran tanpa status. Mengenai kedudukan menjelaskan bahwasanya setiap manusia pasti memiliki beragam peran yang didapatkan melalui pola pergaulan hidup. Keadaan ini bermakna bahwasanya peran menjadi penentu perbuatan manusia bagi lingkungannya dan kesempatan yang diberikan lingkungan kepada dirinya.

Peran ialah kegiatan yang dilakukan seorang atau sekelompok orang yang wajib menjalankan oleh lembaga dan biasanya diatur dalam ketetapan yang menjadi fungsi dari kelembagaannya. Pengertian peran dalam pandangan Soekanto ialah aspek dinamis dari suatu status atau kedudukan, jika hak dan kewajiban seseorang dijalankan selaras dengan kedudukan yang dimiliki, maka dirinya telah melakukan peranan (Istiadaningsih, dkk, 2021: 24).

Menurut Soekanto (2001) dalam pendapatnya bahwa peran terbagi kedalam 3 bagian, yakni:

- a. Peran Aktif diartikan sebagai peran yang telah diberikan oleh sebuah organisasi karena statusnya di kelompok tersebut menjadi aktifitas kelompok, misalnya pengurus, penjabat dan lainnya.
- b. Peran Pasif dapat diartikan sebuah sumbangan anggota kelompok yang sifatnya pasif, yang mana anggota kelompok menahan diri dan memberi peluang terhadap fungsi lain dalam kelompok agar dapat dijalankan dengan baik.
- c. Peran Partisipatif ialah sebuah peran yang telah disajikan oleh anggota kelompok terhadap kelompoknya yang telah memberi sumbangan yang bermanfaat bagi kelompok (Lantaeda, dkk, 2017: 2).

## **2. Macam-Macam Peran**

Menurut Soejono Soekanto (2012: 212) dalam kutipan Pin Pin (2020: 90-91) menjelaskan bahwasanya peran ialah aspek yang dinamis berkedudukan. Jika individu melakukan kewajiban dan haknya selaras dengan kedudukan maka dia telah melaksanakan peran. Perbedaan diantara peran dan kedudukan ialah demi kepentingan ilmu pengetahuan kedua hal tersebut tidak bisa dipisahkan karena saling ketergantungan. Setiap manusia memiliki peran di dalam dirinya yang didapatkan melalui beragam pola pergaulan hidup dimana hal ini menandakan bahwasanya peran menjadi penentu apa yang diperbuat nya di lingkungan serta beragam kesempatan yang telah diberikan oleh lingkungan untuknya. Setiap manusia mempunyai peran dalam kehidupannya, contohnya di lingkungan perkantoran dan lingkungan ini mestinya akan mendapat peran yang didapatkan setiap manusia misalnya peran sebagai kepala keluarga, pegawai, pengusaha dan sebagainya.

Menurut Burce j. Cohen (1992:25) ada beberapa macam peran yang dapat dideskripsikan yaitu:

- a. Peran nyata atau "*anacted role*" ialah teknik yang dilaksanakan individu dalam melaksanakan peranannya.
- b. Peran yang dianjurkan atau "*prescribed role*" ialah teknik yang diinginkan masyarakat dari individu dalam melaksanakan peranannya.
- c. Konflik peran atau "*role conflict*" ialah keadaan yang terjadi dalam diri individu yang memiliki status atau menuntut tujuan dan harapan peranan yang memiliki pertentangan didalamnya.
- d. Kesenjangan peran atau "*role distance*" ialah implementasi peranan secara emosional.
- e. Kegagalan peran atau "*role failure*" ialah ketidakberhasilan individu dalam melaksanakan peranan tertentu.
- f. Model peran atau "*role model*" ialah individu yang perilakunya ditiru, diikuti dan dicontoh.
- g. lingkup atau Rangkaian peran atau "*role set*" ialah keterkaitan individu dengan individu yang lain ketika dirinya melaksanakan perannya.
- h. Ketegangan peran atau "*role strain*" ialah keadaan yang muncul ketika individu ada dalam kesulitan untuk memenuhi tujuan atau harapan peranan yang dilaksanakan karena munculnya ketidak serasian yang saling bertentangan.

### **3. Bentuk-Bentuk Peran**

Menurut Cotton *et al* (1988) sebagaimana dikutip oleh Salusu (1996: 257-259) mengemukakan sebuah peran dalam macam-macam bentuk setelah mengumpulkan 400 artikel mengenai pengambilan keputusan dan peran dalam setiap artikel dapat dibedakan kedalam lima sifat peran yakni langsung tidak langsung, formal tidak formal, jangka waktu lama atau singkat, isi dari keputusan dan tingkatan pengaruhnya. Berdasarkan lima sifat peran tersebut dan memberikan perhatian terhadap macam-macam bentuk peran telah dirumuskan menjadi enam bentuk peran, yaitu:

a. Peran dalam mengambil keputusan pada bidang tugas

Sifat dari peran ini ialah langsung, formal dan berjangka lama, cukup memberikan petunjuk mengenai pengaruh yang besar pesan yang berkaitan dengan pekerjaannya dari karyawan, misalnya bagaimana mengorganisasikan pekerjaan atau apa yang akan dikerjakan.

b. Peran konsultatif

Peran ini berbentuk formal, langsung dan jangkanya lama, sedangkan materinya dipusatkan pada isu-isu sekitar pekerjaan. Perbedaannya dengan bentuk peran yang pertama adalah bahwa pengaruh karyawan di sini lebih kecil yang memberi pandangannya namun tidak mempunyai kekuasaan misalnya pada bentuk peran pertama.

c. Peran jangka pendek

Peran ini tidak sama dengan peran yang sudah dijelaskan yang jangkanya panjang, dimana dalam bentuk ini dibatasi dengan waktu, yakni peran yang bertatap muka dari sehari sampai kepada beberapa hari saja yang biasanya dijalankan dengan pelatihan. Sifat peran jangka pendek adalah formal, langsung dan berkaitan dengan pekerjaan dari karyawan sehingga dengan demikian pengaruh karyawan dalam proses pengambilan keputusan cukup berarti. Bedanya dengan bentuk pertama adalah soal jangka waktu.

d. Peran informal

peran informal tidak dapat diatur menurut suatu sistem tertentu, tetapi lebih tampak dalam hubungan-hubungan pribadi antara para pimpinan unit kerja dan bawahan. Oleh sebab itu juga tidak dapat ditentukan tingkat pengaruh dari peran itu seperti terlihat pada tiga bentuk peran sebelumnya. Hal yang menarik adalah korelasi dari peran informal dengan produktivitas dan kepuasan kerja sangat positif.

e. Kepemilikan karyawan "*employee ownership*"

Bentuk peran ini tidak langsung dan formal. Ia biasanya terlihat dalam organisasi nonprofit mengingat pegawainya mempunyai andil dalam organisasi seperti pada lembaga pendidikan swasta lain. Berbentuk

formal karena secara tidak langsung karyawan memiliki hak untuk berperan serta, karena biasanya organisasi dikendalikan oleh manager profesional yang dipilih atau diangkat karena memiliki pengaruh ketika mengambil keputusan dan bisa dijalankan dengan mengangkat badan pengurus atau dalam rapat para pemegang saham. Ruang lingkup ini bisa mengenai apa saja. Korelasi dari bentuk peran serta ini dengan kepuasan kerja dan produktivitas sangat positif.

f. Peran perwakilan

Bentuk peran perwakilan diklasifikasikan sebagai tidak langsung, formal dan tingkat pengaruhnya dalam keputusan yang terdapat pada tingkatan medium kebawah. Karyawan tidak memiliki keterlibatan langsung namun dengan memanfaatkan sistem perwakilan. Oleh karena itu korelasi bentuk peran ini dengan produktivitas sangat tidak efektif dan untuk kepuasan kerja berkisar 50%.

## **B. Stakeholders**

### **1. Pengertian Stakeholders**

*Stakeholders* dimaknai dengan pihak yang bisa dipengaruhi atau mempengaruhi suatu keputusan, atau dapat juga diartikan dengan individu, kelompok, atau lembaga yang mempunyai kepedulian atau bisa memberikan pengaruh pada kinerja (Gamedia.com: 2021). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *stakeholders* adalah seluruh pihak yang memberikan pengaruh atau dapat dipengaruhi secara kelompok ataupun individu dalam mengambil keputusan dan menggapai tujuan. *Stakeholders* adalah organisasi atau kelompok manusia yang ada diluar kendali yang turut andil di dalam proyek atau organisasi dimana hampir seluruh *stakeholder* akan memberikan pemenuhan permintaan atau layanan keahlian peralatan dan lainnya kedalam proyek tersebut dan menerima layanan data fungsi dan lainnya atau mempunyai keterkaitan dua arah (Thomset, 2003: 80).

Menyatakan bahwa terdapat *stakeholders* yang berwenang dan berhak untuk turut serta dalam mengambil keputusan, dan *stakeholders*

berkontribusi dan mempengaruhi hasil keputusan. *stakeholders* bisa sebagai lembaga, kelompok sosial, komunitas, perempuan ataupun laki-laki. Menurut Pitana & Gayatri (2005) sebagaimana dikutip Simanrojang, dkk (2020: 44) menyatakan bahwa mengelompokkan *stakeholders* sebagai masyarakat, swasta, pelaku usaha, pemerintah karena berperan penting dan memiliki fungsi yang berlainan. Sehingga, pemahaman mengenai tanggung jawab dan peran *stakeholders* sangat penting supaya pembangunan pariwisata bisa terlaksana dan terwujud dengan baik.

Menurut Renaldi Kasali bahwa *stakeholder* ialah kelompok diluar ataupun di dalam perusahaan dan berperan dalam penentuan kesuksesan perusahaan. *Stakeholders* dapat diartikan sebagai seseorang yang mempengaruhi hidup dan waktunya untuk perusahaan. Dalam konteks perusahaan, stakeholder memiliki dua istilah, yaitu *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal:

- a. *Stakeholders* internal adalah keluarga karyawan, karyawan, manager eksekutif atau top, dan pemegang saham.
- b. *Stakeholders* eksternal adalah pers, pemerintah, konsumen dan lembaga Swadaya Masyarakat (Suprawoto, 2018: 136).

## **2. Jenis-Jenis Stakeholder**

Biasanya *stakeholder* dapat dibagi atas dasar pengaruh, kekuatan dan posisinya dimana pembagian ini tersaji dalam deskripsi berikut:

### **a. Stakeholder Primer**

*Stakeholder* primer memiliki tugas dalam penyusunan program, proyek dan kebijakan. *Stakeholder* tersebut ialah seorang yang dalam pihak penentu utama dalam mengambil keputusan perusahaan, berikut ini merupakan contoh dari *stakeholder* primer:

- 1) Masyarakat dan tokoh masyarakat
- 2) Manajer publik

b. *Stakeholder* Sekunder

*Stakeholder* sekunder tidak memiliki hubungan secara langsung mengenai proyek, kebijakan dan program namun terdapat keprihatinan dalam diri stakeholder primer sehingga stakeholder tersebut turut serta dalam tiap pendapatan yang memiliki potensi dan kemampuan untuk merubah keputusan pemerintah dan sikap stakeholder primer, berikut ini contoh dari stakeholder sekunder:

- 1) Lembaga pemerintah yang tidak memiliki tanggung jawab secara langsung.
- 2) Lembaga pemerintah yang terkait dengan problematika tetapi tidak memiliki wewenang dalam penentuan keputusan.
- 3) LSM atau “Lembaga Swadaya Masyarakat”.
- 4) Perguruan Tinggi.
- 5) Badan usaha atau penusaha yang berkaitan dengan problematika.

c. *Stakeholder* kunci

*Stakeholder* kunci berwenang secara resmi dalam mengambil keputusan. Misalnya yaitu proyek yang terdapat di pemerintah kabupaten yaitu dinas terkait, DPRD dan pemerintah kabupaten yang memiliki tanggung jawab secara langsung mengenai proyek yang sedang dikerjakan (Kusuma, dkk, 2022: 5).

Berdasarkan penjelasan diatas, tiga *stakeholders* tersebut tentu saling berkaitan dan bekerjasama satu sama lain. Tiga *stakeholders* yang ditargetkan dalam keadaan ini yaitu Pemerintah Daerah, swasta dan masyarakat yang terfokus pada keterlibatan tersebut. Adanya kerjasama dengan tiga *stakeholders* di sebuah wilayah daerah telah membawa perubahan baik dan sangat penting untuk menjadikan suatu daerah sebagai daerah yang khas tanpa meninggalkan jejak sejarah atas budaya lain. *Stakeholders* pendukung secara langsung tidak mempunyai peran penting dalam program yang sedang dikerjakan, namun memiliki kepedulian dan perhatian yang besar dalam proses mengembangkan program tersebut. Oleh karena itu, *stakeholders* pendukung bisa menjadi

fasilitator terhadap program yang sedang dalam pengerjaan dan mempengaruhi keputusannya. Masyarakat sekitar dapat mendukung pengembangannya dengan cara menjaga kebersihan dan turut terlibat dalam usaha sekitar obyek wisata (Muawanah & Kurniasari, 2020: 16).

### 3. Peran *Stakeholders* Dalam Pariwisata

Menurut Nugroho (2014) sebagaimana dikutip Fitri Handayani (2017: 3), mengemukakan aspek dinamis dalam suatu kedudukan jika individu menjalankan kewajiban dan haknya selaras dengan posisinya, maknanya sudah memenuhi peranan. Perkembangan khalayak wisata dipengaruhi oleh peran *Stakeholders* internal yaitu pelaksana, koordinator, implementator, pendamping fasilitator, uraian di atas merupakan pengertian dari peran. Dalam program pengembangan, *Stakeholders* diklasifikasikan mempunyai peran, antara lain:

- a. *Policy Creator* yaitu *Stakeholder* yang mengambil keputusan dan *Stakeholders* yang bertindak sebagai pembuat kebijakan.
- b. Koordinator adalah *Stakeholders* yang bertugas untuk mengkoordinir *Stakeholders* lainnya yang terlibat.
- c. Fasilitator adalah *Stakeholders* yang memberikan fasilitas dan petugas untuk mengembangkan dan memenuhi kebutuhan kelompok sasaran.
- d. Akselerator ialah *Stakeholders* yang membantu agar program berjalan lebih cepat dan berkontribusi agar dapat mencapai tepat pada sasaran yang dituju (Handayani & Warsono, 2017: 3).

Dalam uraian di atas *stakeholder* mempunyai tugasnya masing-masing dalam berkontribusi dalam suatu proses pengembangan di sebuah sektor pariwisata, sehingga *stakeholders* mampu mengatasi masalah yang ada sesuai dengan bidangnya masing-masing.

Kebijakan pemerintah dalam memajukan suatu wilayah merupakan kunci utama dalam mengelola pemerintahan yang baik dan bermanfaat bagi masyarakat. Kebijakan adalah sebuah taktik dan strategi untuk mencapai tujuan tertentu. Sebagaimana dikutip Sudarwati (2018: 54) bahwa menurut



James Andarson kebijakan yang dikembangkan oleh organisasi pemerintah dan pejabat sebagai bagian dari kebijakan pemerintah yang sangat strategis terhadap pemerintah daerah dalam bentuk kewenangan di era pemerintahan daerah sendiri, Pemerintah Kabupaten/Kota/Provinsi bisa mengkreasikan kebijakan suatu daerah untuk sumber pendapatan pembangunan yang berpihak kepada masyarakat, investor, maupun publik lainnya.

## C. Pariwisata

### 1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata dalam bahasa Arab dikenal istilah *al- Siyahah al- Rihlah* dan *Al- Safar* atau dalam bahasa Inggris *tourism* sejarah definisi berarti suatu aktivitas atau kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri ataupun negara lain dengan menggunakan kemudahan jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pihak pemerintah maupun masyarakat dalam rangka memenuhi keinginan wisatawan atau pengunjung dengan tujuan tertentu (Hakim, 2022: 5).

Kajian kebahasaan menjelaskan bahwasanya kata “pariwisata” direduksi dari bahasa Sansekerta dengan dua suku kata pembentuknya yakni “*pari*” dengan makna penuh, semua dan seluruh dan “*wisata*” dengan makna perjalanan. Pariwisata jika didasarkan pada pemaknaan ini maka berarti perjalanan penuh yakni diawali dari satu tempat menuju dan singgah di satu atau berbagai tempat untuk kemudian kembali ketempat awal. Pariwisata menjadi istilah yang dikenali pasca musyawarah Nasional *tourism II* di Tretes Jawa timur tahun 1958. Prof Priyono merupakan orang yang pertamakali mencetuskan istilah ini dimana untuk selanjutnya disahkan oleh Presiden Soekarno. Sesudah disahkan oleh Presiden Republik Indonesia yang pertama, istilah Dewan *Tourism Indonesia* berganti nama menjadi DEPRI atau “Dewan Pariwisata Indonesia”. Menteri Perhubungan Darat, Pos, Telekomunikasi dan Pariwisata pada tahun 1960 Jenderal G.P.H Djatikusumo berhasil mempopulerkan kata pariwisata. Dalam bab 1

ketentuan umum UU nomor 10/2009 diputuskan beragam aturan yang berkenaan dengan pariwisata yakni (Hanif & Pramana, 2018: 1-3):

- a. Wisata ialah perjalanan yang dijalankan oleh seorang atau kelompok orang dengan mendatangi tempat tertentu dengan tujuan rekreasi, mempelajari keunikan wisata, pengembangan pribadi dalam waktu tertentu.
- b. Orang yang berwisata dinamakan dengan wisatawan.
- c. Beragam aktivitas wisata dan mendapatkan dukungan berbagai layanan dan fasilitas yang dihadirkan oleh pemerintah, pengusaha dan masyarakat dinamakan dengan pariwisata.
- d. Semua aktivitas yang berkaitan dengan pariwisata dan sifatnya multidisiplin dan dimensi yang kehadirannya sebagai bentuk kebutuhan manusia dan negara serta hubungan antara masyarakat dengan wisatawan atau sesama wisatawan, pemerintah dan pengusaha dinamakan dengan kepariwisataan.

Makna pariwisata dalam berbagai peraturan lainnya sesuai dengan instruksi Presiden No. 19 Tahun 1969 “Kepariwisataan merupakan kegiatan jasa yang memanfaatkan kekayaan alam dan lingkungan hidup yang khas, seperti hasil budaya, peninggalan sejarah, pemandangan alam yang indah dan iklim yang aman dan nyaman.”

Undang-Undang No. 9 tahun 1990 Pasal 1 tentang kepariwisataan “segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha objek dan daya tarik wisata serta usaha usaha yang terkait di bidang ini merupakan pariwisata.”

Yoeti (1996:108) mendefinisikan pariwisata dengan perjalanan yang berlangsung dalam waktu tertentu yang dijalankan dari satu lokasi ke lokasi lainnya dimana hal ini bertujuan bukan untuk memenuhi kebutuhan hidup namun hanya untuk menikmatinya. Menurut *the ecotourism society* (1990) memaknai pariwisata dengan bentuk pariwisata ke kawasan alam yang dijalankan dengan tujuan melestarikan kesejahteraan, kehidupan dan

lingkungan termasuk kesejahteraan penduduk lokal (Srisusilawati, dkk, 2020: 50).

Pariwisata ialah perjalanan yang dijalankan dari satu tempat ke tempat berikutnya dimana perjalanan ini sifatnya sementara yang dijalankan secara personal atau kolektif dan menjadi upaya dalam mencapai kebahagiaan, keserasian dan keseimbangan melalui keilmuan lingkungan hidup yang terdapat pada dimensi ilmu, alam, budaya dan sosial.

Pariwisata ialah perjalanan yang dijalankan dalam waktu yang sementara dan dilakukan dari satu tempat menuju tempat lainnya dengan tujuan tidak untuk mencari nafkah, berbisnis atau berusaha di tempat yang didatanginya namun tujuannya yakni berekreasi dan bertamasya menikmati perjalanan atau pemenuhan keinginan yang bermacam-macam (Revida, dkk, 2020: 7).

Kajian kebahasaan lainnya menjelaskan bahwasanya wisata didapatkan dari term Sansekerta “Vis” engan makna “tempat untuk tinggal masuk dan duduk”. Perkembangan selanjutnya menyebutnya dengan kata Visata yang terdapat pada bahasa Kawi atau Jawa kuno dengan makna “wisata yang berarti berlayar”. Kata wisata selanjutnya mengalami perkembangan pemaknaan menjadi suatu perjalanan atau bagian dari perjalanan yang dijalankan dengan singkat dan senagaja demi menikmati obyek wisata. Wisata ialah aktivitas penjelajahan untuk menghadirkan informasi. Wisata ialah perjalanan yang dilaksanakan minimal satu orang dengan tujuan demi memperoleh kesenangan dan alasan demi memahami sesuatu dan bisa dihubungkan dengan tujuan industri, agama, olahraga kesehatan dan lainnya.

Perbedaan pengertian wisata dan pariwisata yaitu, wisata adalah melakukan kunjungan ke suatu tempat obyek wisata yang dijalankan secara personal atau kolektif, sedangkan pariwisata menjalankan beberapa perjalanan dari satu lokasi ke lokasi lain dan waktunya sementara dan pelakunya manusia secara personal atau kolektif, biasanya diberikan fasilitas oleh biro perjalanan ataupun menggunakan kendaraan pribadi.

## 2. Jenis-Jenis Pariwisata

UU No.10 Tahun 2009 yang membahas mengenai kepariwisataan memaknai pariwisata dengan “berbagai macam kegiatan wisata dan didukung fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Wisata dibagi kedalam beberapa bentuk yakni” (Rahma, 2020: 2-3):

### a. Wisata Budaya

Indonesia memiliki 1.128 suku bangsa. Banyaknya suku bangsa ini mmeunculkan keberagaman budaya yang didalamnya bisa berupa adat istiadat, makanan, alat musik dan terian. Terdapat beragam pagelaran tari yang sudah dikenali di kancah internasional mulai dari tari Sendratari Ramayana yang membahas mengenai kisah perjalanan Rama dan Shinta, Reog Ponorogo, Tari saman, Tari Jaipong, Tari Pendet dari Bali dan tari lainnya yang sudah dikenali.

### b. Wisata Sejarah

Indonesia tidak lepas dari sejarahnya dari zaman prasejarah sampai saat ini bisa diketahui dari museum yang terdapat di Indonesia. Museum ini tersebar di seluruh indonesia mulai dari Museum Perjuangan, Sonobudoyo, Kraton, candi-candi mulai dari candi muara takus, candi prambanan dan yang termasyhur adalah Candi Borobudur.

### c. Wisata Alam

Wisata alam ini bisa dibagi menjadi wisata flora dan juga fauna. Selain itu jika dilihat dari sisi geografisnya indonesia memiliki 400 gunung berapi dan 130 lainnya masih dinyatakan sebagai gunung aktif. Gunung yang memiliki keindahan sampai kemacanegara yaitu Gunung Bromo dimana gunung ini terletak di Jawa Timur. Jika memandang area lautnya Indonesia juga terkenal dengan terumbu karang terkaya di dunia dimana wilayah ini mencakup 18% dari seluruh terumbu karang di dunia. Area yang sangat terkenal untuk menikmati terumbu karang ini yaitu Raja Ampat di Papua Barat yang dilengkapi dengan bermacam-macam

biota laut.keberagaman fauna bisa dijumpai dari beberapa wilayah yang menyediakan kebun binatang dan juga terdapat beberapa wilayah yang memang memiliki satwa endemik khusus, mulai dari komodo di pulau komodo dan juga badak di ujung kulon.

d. Wisata Belanja

Aktivitas belanja menjadi aktivitas yang disenangi hampir seluruh manusia dan dominanya dilakukan oleh wanita. Wisata belanja secara tradisional bisa dijumpai di Pasar Bringhamho, Pasar Sukowati, Pasar Klewer dan berbagai pasar tradisional lain. Selain itu terdapat penjual oleh-oleh yang berjajar di berbagai daerah yang sudah memiliki area khusus penjual oleh-oleh. Hal ini membantu perekonomian masyarakat setempat dan meningkatkan pendapatan daerah.

e. Wisata Keagamaan

Wisata keagamaan dikenali dengan wisata religi yang sampai saat ini masih terus dijalankan oleh masyarakat indonesia. Wisata religi yang berkenaan dengan tempat ibadah yang sampai saat ini masih dikunjungi yaitu masjid menara kudus, masjid agung demak dan masjid laksanakan Cheng Ho yang merupakan akulturasi budaya China, Jawa, Budha dan Hindu. Akulturasi ini hadir karena selain islam sejarah spiritualitas masyarakat indonesia pernah dipengaruhi oleh agama lainnya mulai dari hindu, budha dan agama setempat yang pada akhirnya meninggalkan jejak berupa prasasti dan juga candi.

Menurut M.Liga dan Vanny dalam (Pariyanti & Rinnanik, 2020: 12-13) membagi jenis wisata menjadi dua kategori :

1) Wisata Alam, yakni:

- a) Wisata Pantai atau "*marine tourism*", menjadi aktivitas wisata yang didukung dengan fasilitas untuk olahraga air, menyelam, memancing dan berenang serta hal lainnya disertai dengan beragam sarana dan prasarana akomodasi, minum dan makan.
- b) Wisata Etnik atau "*ethnic tourism*", menjadi wisata yang berhubungan dengan kesenangan akan kehidupan alam, keajaiban

flora dan fauna endemik, kesegaran udara di area pengunungan dan lainnya.

- c) Wisata Cagar Alam atau “*ecotourism*”, menjadi wisata yang berhubungan dengan kesenangan akan kehidupan alam, keajaiban flora dan fauna endemik, kesegaran udara di area pengunungan dan lainnya.
  - d) Wisata Buru, ialah wisata dimana pengunjung bisa berburu yang dilegalkan oleh pemerintah di hutan yang memang sudah dialokasikan untuk berburu dan hal ini disediakan oleh biro atau agen perjalanan.
  - e) Wisata Agro, jenis wisata ini mengorganisaikan perjalan ke ladang pembibitan, proyek perkebunan dan pertanian dimana wisata rombongan bisa mengunjungi dan meninjau kawasan wisata demi untuk belajar ataupun menikmati segarnya tanaman yang ditawarkan.
- 2) Wisata Sosial – Budaya, yakni:
- a) Monumen dan peninggalan sejarah purbakala, wisata jenis ini biasanya digolongkan sebagai wisata nasional, budaya, berupa monumen yang bersejarah, desa, kota, bangunan keagamaan dan tempat lainnya yang memiliki kandungan sejarah misalnya tempat bertempur yang menjadi daya tarik wisata diberbagai negara.
  - b) Museum dan fasilitas budaya yang lain menjadi wisata yang berkenaan dengan kebudayaan dan alam di daerah atau kawasan tertentu. Pengembangan museum didasarkan pada temuannya, misalnya museum industri, teknologi, pengetahuan, kerajinan danseni, sejarah alam, etnologi, sejarah, arkeologi dan bidang lainnya.
- Sedangkan jenis dan macam pariwisata menurut (Revida, dkk, 2020: 4-6) antara lain :

- 1) Pariwisata Industri, ialah perjalanan yang dijalankan oleh mahasiswa atau pelajar untuk mengunjungi tempat perindustrian demi belajar tentang ilmu keindustrian.
- 2) Pariwisata Komersial, ialah perjalanan yang bertujuan untuk berdagang atau komersil bisa disebut juga dengan perjalanan bisnis.
- 3) Pariwisata Olah Raga, tujuan dijalkannya perjalanan ini yaitu untuk kegiatan olahraga.
- 4) Pariwisata Kesehatan, tujuan dijalkannya perjalanan ni yaitu demi kesembuhan dari penyakit dan menyegarkan rohani dan jasmani manusia. Wisata Budaya, sebuah perjalanan wisata dengan tujuan untuk mempelajari adat istiadat, budaya, tata cara kehidupan masyarakat dan kebiasaan yang terdapat di daerah atau negara yang ingin dikunjungi.
- 5) Pariwisata Politik, kunjungan ke negara tertentu yang bertujuan melakukan aktivitas politik.
- 6) Pariwisata Konvensi, perjalanan yang bertujuan konferensi atau konvensi di daerah atau negara tertentu.
- 7) Pariwisata Sosial, perjalanan yang diprakerasai dengan tujuan non profit atau tidak mencari keuntungan, perjalanan wisata ini diperuntukan untuk remaja atau golongan masyarakat ekonomi lemah maupun pelajar.
- 8) Pariwisata Pertanian, perjalanan dengan tujuan kunjungan perkebunan, pertanian atau studi banding, riset dan lainnya.
- 9) Pariwisata Bahari, merupakan perjalanan yang berkaitan dengan air, seperti seluncuran, kunjungan wisata pantai, berenang, menyelam dan lainnya.
- 10) Pariwisata Cagar Alam, jenis wisata yang berkunjung ke cagar alam untuk mengunjungi binatang atau tumbuhan yang langka, juga bertujuan untuk menghirup udara segar dan menikmati keindahan alam.

- 11) Pariwisata Buru, merupakan kegiatan wisata yang dihubungkan dengan hobi berburu. Dimana lokasi perburuan diperbolehkan pemerintah.
- 12) Pariwisata Pilgrim Atau Wisata Religi, jenis wisata yang berhubungan dengan agama, kepercayaan maupun adat istiadat dalam masyarakat. Wisata pilgrim ini dilakukan baik perseorangan maupun rombongan. Seperti halnya berkunjung ke tempat suci beribadatan, ke makam-makam orang suci atau orang-orang yang terkenal, dan pemimpin yang diagungkan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan restu, berkah, kebahagiaan dan ketentraman. Di Indonesia tempat-tempat yang dapat dikategorikan sebagai obyek wisata pilgrim, misalnya makam Bung Karno, makam para walisongo dan lain-lain.
- 13) Pariwisata Bulan Madu, perjalanan wisata yang dilakukan oleh pasangan baru.

### 3. Bentuk-Bentuk Pariwisata

Ada beberapa bentuk wisata yang dapat dilakukan di saat ingin merencanakan perjalanan wisata. Memperhatikan seseorang yang menyukai perjalanan untuk berekreasi, perjalanan wisata tersebut dapat diklasifikasikan menjadi beberapa bentuk pariwisata, yaitu:

- a. Pariwisata didasarkan pada kuantifikasi wisatawan.
  - 1) *Individual tourism* atau individu wisata ini dilakukan oleh satu orang dimana hanya dirinyalah yang bepergian, menentukan tujuan wisata dan menjalankan aktivitas wisatanya secara mandiri.
  - 2) *Collective tourism* atau kolektif, biasanya berbentuk usaha yang *memperjualbelikan* paket wisatanya kepada masyarakat dengan membayarkan biaya dengan nominal tertentu.
- b. Pariwisata didasarkan pada motivasi perjalanannya.
  - 1) *Recreational tourism* atau rekreasi ialah pariwisata yang dijalankan dengan tujuan istirahat atau pemulihan rohani atau jasmani supaya kembali segar setelah lelah.



- 2) *Pleasure tourism* atau menikmati perjalanan dimana pariwisata ini dilakukan oleh kelompok orang yang berpindah dari tempat tinggalnya menuju lokasi yang diinginkan dengan tujuan liburan dan akan kembali setelah merasa cukup atau hal lainnya.
  - 3) *Cultural tourism* atau wisata budaya dimana wisata ini diketahui dengan beragam motivasi berupa ketertarikan untuk mempelajari adat istiadat dan cara hidup rakyat negara lain, berkunjung ke lokasi bersejarah, meneliti temuan-temuan dan lainnya.
  - 4) *Sports tourism* atau wisata olahraga yang dikelompokkan kedalam dua bentuk; 1) *Big Sports Events*, olahraga yang tergolong besar dan menarik masyarakat untuk mengunjunginya dan 2) *Sporting Tourism of the Practitioners*, atau olahraga yang ditujukan bagi orang yang hendak praktik atau berlatih secara mandiri mulai dari memancing, berburu, berkuda, mendaki gunung dan lainnya.
  - 5) *Business tourism* atau pariwisata bisnis yang dijalankan oleh industrialis atau pengusaha namun dalam perjalanannya untuk pameran, eksibisi dan memanfaatkan atau mengambil waktu demi memperhatikan atraksi di lokasi yang didatangi.
  - 6) *Convention tourism* atau pariwisata konvensi yakni pariwisata yang dijalankan oleh orang yang hendak mendatangi pertemuan ilmiah politik atau seprofesi. Fasilitas yang canggih, modern dan lengkap mesti terdapat dalam lokasi konvensi. Misalnya mengenai penginapan, peralatan, perlengkapan dan lainnya yang berkaitan dengan pelaksanaan *tour*.
- c. Pariwisata didasarkan pada waktu kunjungan.
- 1) *Seasonal tourism* atau pariwisata yang aktivitasnya dijalankan pada musim tertentu. Misalnya musim dingin dan panas.
  - 2) *Occasional tourism* atau pariwisata yang dijalankan dengan menghuungkan event atau kejadian khusus, misalnya Sekaten di Yogyakarta atau Galungan di Bali.

d. Pariwisata didasarkan pada obyeknya

- 1) *Cultural tourism* atau pariwisata karena munculnya daya tarik budaya atau seni di daerah tertentu, misalnya adanya benda kuno, peninggalan nenek moyang dan lainnya..
- 2) *Recuperational tourism* atau pariwisata yang dijalankan dengan tujuan untuk sembuh dari penyakit.
- 3) *Commercial tourism* atau pariwisata yang berhubungan dengan perdagangan misalnya exhibition, fair, expo dan lainnya..
- 4) *Political tourism* atau pariwisata yang ditujukan untuk menyaksikan dan melihat kejadian yang berkaitan dengan kegiatan negara tertentu.

e. Pariwisata didasarkan pada alat angkutan

- 1) *Land tourism* atau pariwisata yang dikunjungi dengan menggunakan taksi, mobil pribadi, kereta api, bus dan kendaraan darat yang lain.
- 2) *Sea or river tourism* atau pariwisata yang dikunjungi dengan memanfaatkan ferry, kapal laut dan kendaraan laut yang lain.
- 3) *Air tourism* atau pariwisata yang dikunjungi dengan memanfaatkan helikopter, pesawat terbang dan kendaraan udara yang lain.

f. Pariwisata didasarkan pada umur

- 1) *Youth tourism* dimana pengembangan wisata ini ditujukan bagi remaja dan biasanya harganya relatif murah dan sarana akomodasinya youth hostel.
- 2) *Adult tourism* dimana pengembangan wisata ini ditujukan bagi orang yang telah lanjut usia. Biasanya wisata jenis ini dilakukan oleh orang yang sudah masuk dalam masa pensiun (Shodiq, dkk, 2020: 12-15).

## **D. Pariwisata Religi**

### **1. Pengertian Pariwisata Religi**

Pariwisata religi biasa dinamakan dengan pariwisata halal, ziarah dan syariah atau perjalanan demi mendapatkan pelajaran atau pengalaman. Secara umum perjalanan pariwisata ialah suatu kegiatan yang tujuannya demi memperoleh kekuasaan, informasi dan kesenangan. Hal ini

menandakan bahwasanya perjalanan religi menjadi suatu perjalanan yang dijalankan demi melakukan pengembangan praktik religiusitas dimana teknik dakwah ideal bisa dinikmati oleh masyarakat. Wisata religi dapat diartikan dengan kunjungan atau perjalanan yang dijalankan ke organisasi atau tempat yang memiliki peran utama dalam pendidikan Islam atau berdakwah. Sebuah sektor perjalanan religi mestinya menyajikan pilihan destinasi wisata untuk memberikan penawaran tujuan perjalanan dengan berdasarkan religiusitas atau mempunyai sebuah pilihan untuk bergerak dan memperhatikan kekuasaan Allah dan religiusitas (Syaripudhin & Bahri, 2022: 3-4).

Pariwisata religi memiliki makna lain yaitu sebagai wisata ziarah, secara etimologi sejarah dapat diartikan sebagai kunjungan, baik berujung kepada orang yang masih hidup ataupun yang sudah meninggal, sehingga memberikan pemahaman bagi masyarakat tentang ziarah, bahwa berziarah hanya sekedar berkunjung untuk berdoa untuk orang yang telah meninggal. Kegiatan ini baik disebut dengan ziarah kubur dan hukumnya seperti ibadah sunah. Melakukan ziarah sudah ada semenjak sebelum Islam datang, namun setelah adanya Rasulullah kegiatan berziarah sempat dilarang, namun setelah itu tradisi ini dihidupkan kembali dengan tujuan mengingat kematian. Pengertian pariwisata religi telah dikembangkan sebagai upaya memasarkan dan mengembangkan produk yang telah diarahkan untuk umat muslim meski tidak ada kaitannya dengan motivasi agama namun hal ini merupakan sebuah strategi yang penting untuk turis muslim dan non muslim sebagai tujuan target pasar industri pariwisata, istilah lainnya *Islamic tourism* merupakan promosi wisata muslim di kalangan umat Islam sehingga dapat dikembangkan untuk tujuan wisata baru dan menguatkan kerjasama antara pemerintah dengan organisasi (Abrori, 2020: 40).

Pariwisata religi sebuah wisata yang mengarah pada wisata ziarah. Secara etimologis “ziarah” direduksi dari bahasa Arab yaitu “*zaaro, yazuuru, ziyaratun*”. Ziarah dimaknai sebagai kunjungan dari seorang yang masih hidup, pada umumnya pengertian masyarakat ziarah diartikan sebagai

kunjungan kepada orang yang telah meninggal dengan mendatangi kuburannya. Islam meyakini bahwa ziarah kubur adalah sunnah, jika melakukan hal ini akan mendapatkan pahala jika tidak melakukannya tidak pula berdosa. Kegiatan berziarah kubur sudah ada sebelum Islam, tapi sebelum adanya Rasulullah hal ini dlebih-lebihkan sehingga adanya larangan Rasulullah, dan tradisi tersebut dihidupkan kembali yang dianjurkan sehingga seorang mengingat kematian (Ridwan, 2017: 62-64).

Ritual keagamaan yang dijalankan oleh dominasi orang muslim adalah berziarah kubur ke makam- makam ulama besar, makam para wali yang bertujuan untuk mengingat perjuangan beliau para syuhada' saat membela islam dan meningkatkan nilai keagamaan serta mencari keberkahan Allah SWT. Masyarakat muslim bukan hanya berziarah ke makam para ulama dan makam Para Wali saja, akan tetapi makam-makam para tokoh pahlawan yang dikenal dengan wisata religi.

## 2. Fungsi Pariwisata Religi

Wisata religi dijalankan dengan tujuan mendapatkan pembelajaran mengenai semua yang diciptakan Allah SWT, sejarah peradaban manusia, Islam merupakan pedoman untuk menjalani kehidupan yang baik, sehingga pendekatan ini dapat diterapkan dalam situasi apapun. Wisata itu sendiri adalah perjalanan untuk mengamati kuasa Allah yang ada di dunia ini. Al Quran Surah Al-Mulk ayat 15 mendorong umat untuk melakukan hal baik kepada diri sendiri dengan niat untuk berdakwah.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ دَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاقِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

*Artinya: “Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”*(Q.S Al-Mulk:15: 562).

Melakukan wisata religi agar dapat mengambil pembelajaran dan ciptaan Allah serta sejarah peradaban manusia sebelum dan saat ini, sehingga membuka kesadaran manusia bahwa hidup di Dunia ini tidak

kekal, berikut adalah fungsi-fungsi dari berkunjung ke wisata religi (Widagdo & Rokhlinasari, 2017: 64):

- a. Mengingatn kepada kematian.
- b. Memperingan musibah dan mencegah perbuatan tercela.
- c. Memberikan semangat dalam dirinya baik dari sisi rohani atau jasmaniahnya.
- d. Bisa digunakan seagai lokasi untuk berdoa, dzikir, shalat dan ibadah kepada Allah SWT.
- e. Kegiatan keagamaan.

### **3. Bentuk-Bentuk Pariwisata Religi**

Wisata religi ialah wisata yang berhubungan dengan religiusitas manusia. biasanya wisata religi juga diartikan dengan wsata mengunjungi lokasi dengan makna khusus bagi pemeluk agama tertentu dan dikunjungi di lokasi ibadah dengan kelebihan-kelebihan yang dimilikinya. Kelebihan ini bisa dilihat melalui kajian historis, mitis, legenda berkenaan dengan lokasi tersebut dan juga bisa dilihat melalui keunikannya. Hal yang biasanya diidentikan dengan wisata religi yaitu tujuan atau niat wisatawan untuk mendapatkan hikmah dan keberkahan dalam kehidupannya. Wisata religi yang dijalankan akan meningkatkan pengalaman dan wawasan keagamaan dan mendalami spiritualitas (Firsty & Suryasih, 2019: 37).

Pada hakikatnya melihat wisata religi sebagai tanda kekuasaan Allah dan bisa diartikan dengan kegiatan berkunjung ke tempat yang memiliki makna keislaman sendiri, berikut ini adalah macam-macam kunjungan wisata religi, yakni:

- a. Masjid menjadi lokasi pusat keagamaan yangmana masjid dipakai untuk beribadah mulai dari itikaf, shalat dan iibadah lainnya.
- b. Makam dalam pemaknaan Jawa memiliki nuansa sakral. Makam dalam bahasa Jawa merupakan penyebutan yang lebih tinggi (hormat) pesarean, sebuah kata benda yang berasal dan *sare* (tidur). Dalam pandangan tradisional, makam merupakan tempat peristirahatan.

- c. Candi merupakan unsur purba yang kedudukannya tergeser dengan makam (Alamsyah, 2018: 14).

**BAB III**  
**GAMBARAN UMUM PARIWISATA RELIGI MAKAM SUNAN**  
**KALIJAGA KADILANGU DEMAK**

**A. Gambaran Umum Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak**

**1. Profil Sunan Kalijaga**

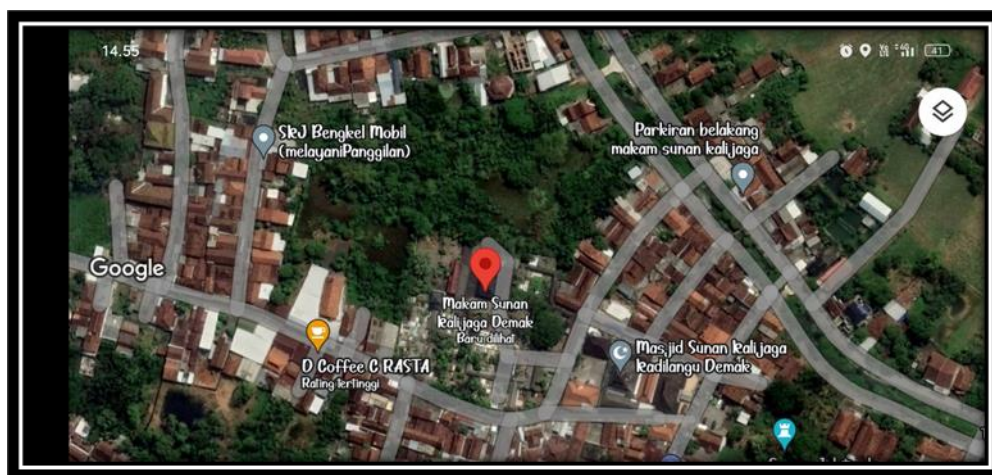
Raden Syahid atau Sunan Kalijaga adalah putra Tumenggung Wilatikta atau Adipati Tuban, lahir di Tuban tahun 1450 Masehi. Sunan Kalijaga juga dikenal dengan Santi Kusumo lokajaya syekh Malaya pangeran Tuban dan Raden Abdurrahman. Dalam babad Tuban dan data keluarga besar keturunan Sunan Kalijaga disebutkan bahwa Sunan Kalijaga orang Jawa asli keturunan Adipati Wengker Ponorogo. Arya Teja atau Abdurrahman berhasil mengislamkan Arya dikara Adipati Tuban dan menikahi putrinya kemudian memiliki putra bernama Arya wilatikta yang merupakan ayah Raden mas syahid.

Raden mas Syahid pada masa mudanya adalah seorang perampok yang selalu mengambil hasil bumi di gudang penyimpanan kadipaten Tuban. Merampok orang-orang kaya yang kemudian dibagikan kepada orang-orang miskin. Pertemuan dengan Sunan Bonang di hutan Jatiwangi menyadarkan Raden mas syahid dari perbuatannya dan menjadi murid Sunan Bonang. Sunan Kalijaga dalam berdakwah cenderung bersifat sufistik berbasis salaf bukan sufi, panteistik atau pemuja semata dengan lebih mengedepankan pendekatan kesenian dan budaya setempat. Sunan Kalijaga meyakini bahwa masyarakat akan menjauh jika diserang pendirian dan keyakinannya, oleh sebab itu harus dilakukan pendekatan secara bertahap karena jika sudah memahami maka masyarakat akan dengan senang hati dan penuh kesadaran memeluk agama Islam. Dan meninggalkan kebiasaan-kebiasaan yang sama yang lama. Tidak sedikit yang menilai Sunan Kalijaga melakukan sinkretisme dalam berdakwah. Metode dakwah. Sunan Kalijaga sangat efektif sehingga sebagian besar Adipati di Jawa memeluk Islam

diantaranya Adipati Pandanaran Kartasura kebumen Banyumas serta pajang. Dalam berdakwah Sunan Kalijaga mempergunakan sarana seni ukir wayang gamelan serta seni suara suluk. Beberapa karya yang diciptakan antara lain tembang suluk “Ilir-Ilir”, dan Gundul-Gundul Pacul. Salah satu karya besar Sunan Kalijaga adalah menciptakan bentuk ukiran wayang kulit, dari bentuk manusia menjadi bentuk kreasi baru yang mirip kalikatur. Misalnya, orang yang menghadap ke depan diukir dengan letak bahudi depan dan di belakang (Chodim, 2003: 15).

Gagasan-gagasan Sunan Kalijaga antara lain baju taqwa perayaan sekatenan grebeg Maulud serta lakon carangan layang kalimasada dan Petruk dadi ratu serta konsep atau landscape sebuah pusat kota yang terdiri dari Keraton dan alun-alun dengan dua beringin serta masjid. Tahun meninggalnya Kanjeng Sunan Kalijaga tidak diketahui secara pasti maka beliau berada di Kadilangu Bintoro Demak yang hingga kini masih penuh dengan para sejarah yang datang dari seluruh wilayah Indonesia (Wisnu, 2022: 149-152).

## 2. Letak Geografis Makam Sunan Kalijaga



Gambar 3.1 Peta Lokasi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak

Kadilangu merupakan kelurahan yang masuk diwilayah kecamatan Demak, dimana luasnya 218,100 Ha. Letaknya yaitu di timur Kota Demak pada jalur Demak-Grobogan dan jaraknya kurang dari 2 KM dimana



ketinggiannya yaitu 4 mdpl. Batasan yang terdapat di Kelurahan Kadilangu yaitu:

Sebelah Utara	: Kelurahan Bintoro, Kecamatan Demak
Sebelah Timur	: Desa Bogorejo, Kecamatan Wonosalam Demak
Sebelah Selatan	: Desa Kendal Doyong, Kec. Wonosalam Demak
Sebelah Barat	: Kelurahan Bintoro, Kecamatan Demak

Kelurahan Kadilangu didominasi oleh tanah sawah tadah hujan dimana sebagian kecilnya merupakan pertanian teknis (Kelurahan Kadilangu Demak). Orbitasi jarak Kelurahan Kadilangu dari pusat Pemerintahan:

- Jarak dari pusat Pemerintahan Kecamatan : 2 km
- Jarak dari Pemerintahan Kabupaten : 2km
- Jarak dari Ibukota Provinsi : 25 km
- Jarak dari Ibukota Negara : 626 km.

Jumlah penduduknya didasarkan pada mata pencahariannya yakni:

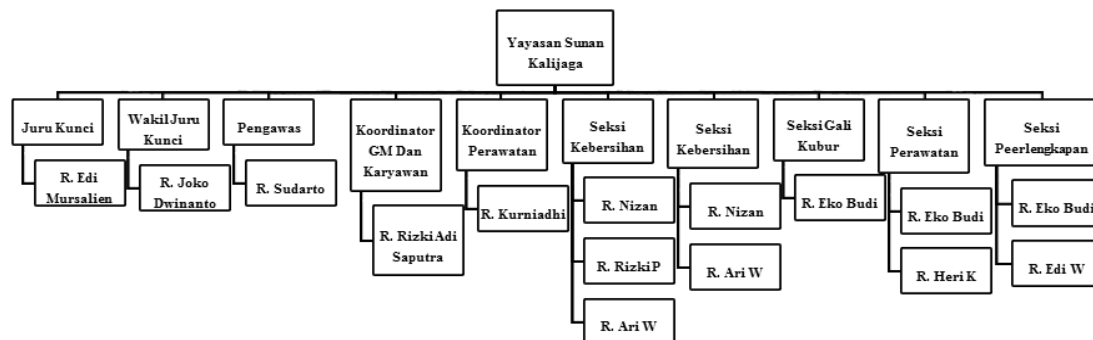
- Belum/ tidak bekerja : 838 orang
- Aparatur Pejabat Negara : 125 orang
- Tenaga pengajar : 47 orang
- Wiraswasta : 1.619 orang
- Pertanian dan peternakan : 28 orang
- Nelayan : 0 orang
- Agama dan kepercayaan : 0 orang
- Tenaga kesehatan : 9 orang
- Mahasiswa : 634 orang
- Pensiunan : 63 orang
- Pekerjaan lainnya : 280 orang

### 3. Sejarah Makam Sunan Kalijaga

Letak Makam Sunan Kalijaga yaitu di Kelurahan Kadilangu Kecamatan Demak Kabupaten Demak. Di dalam area kompleks makam ada empat buah bangunan yaitu bangunan tempat peristirahatan bagi para 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 putra-putri Sunan Kalijaga antara lain Panembahan Hadi, Ratu Retno Pembayun, Ratu Panenggak, Raden Abdurrachman. Kemudian abdi kinasih Sunan Kalijaga yaitu kyai Derik dan Nyai Derik, di sisi sebelah timur makam Dewi Roso Wulan (adik Sunan Kalijaga) dan di sebelah barat Makam Raden Tumenggung Wilotikto (ayah Sunan Kalijaga). Bangunan induk 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, keluarganya sehingga bukan merupakan kuburan umum. Kuncup Makam Sunan Kalijaga dibuka pada hari jum'at pon, Jum'at kliwon dan Jum'at pahing dimulai pada jam 08.00 sampai jam 17.00. Sebelum gedung Makam Sunan Kalijaga dibuka diadakan upacara do'a tahlil oleh sesepuh dan kerabat keturunan ahli waris Sunan Kalijaga. Sesepuh adalah tokoh spiritual yang menjalankan proses spiritual dan adat istiadat, setelah do'a tahlil selesai dilaksanakan kemudian pintu gedung makam dibuka oleh juru kunci kemudian setelah pintu makam terbuka berulah proses ziarah Makam Sunan Kalijaga dilaksanakan sesuai dengan tata cara di atas (Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu: 2009).

Berikut ini adalah Struktur Organisasi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak:



Gambar 3.2 Struktur Organisasi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu

#### 4. Sejarah berdirinya Yayasan Sunan Kalijaga

Berdirinya Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu Demak bertepatan pada hari Jumat tanggal 19 Februari 1999 Akte Notaris Lisawati, SH No. 7 tanggal 19 Februari 1999. Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu berada di Jl. Raden Sahid (Taman Parkir), Kelurahan Kadilangu kecamatan Demak, Kabupaten Demak. yang berasaskan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945 sebagai satu satunya asas bagi Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu Demak dalam kehidupan masyarakat, bangsa dan bernegara. Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu Demak dikelola oleh ahli waris Sunan Kalijaga sekaligus pendiri yayasan tersebut.

Pada masa kepemimpinan R.Rachmad mempunyai rencana untuk membentuk sebuah yayasan dengan cara kesepakatan bersama dengan semua pihak ahli waris dengan tujuan di bidang sosial, keagamaan dan kemanusiaan sekaligus menjaga tradisi dan budaya yang telah diwariskan turun temurun oleh Sunan Kalijaga agar tetap menjaga kelestariannya hingga sampai saat ini dan seterusnya. Sebelum resmi dibuatnya Yayasan Sunan Kalijaga, pengelolaan Makam Sunan Kalijaga dikelola oleh “*Kesepuhan Kadilangu*” diatas pimpinan Bapak H.R Yuwono Cokrosubroto

pada tahun 1987, kemudian dilanjutkan oleh R. Abdurrahman, R. Rachmad dan R. Sudioko dengan masa jabatan 5 tahun yang dipilih langsung oleh ahli waris Sunan Kalijaga (wawancara dengan Mike Sananta sebagai sekretaris yayasan pada tanggal 22 September 2022).

## 5. Struktur Organisasi

Agar memudahkan dalam operasional pengelolaan makam dan masjid Sunan Kalijaga, Yayasan Sunan Kalijaga membentuk sebuah formasi dalam setiap divisi pelaksanaan diberbagai aktifitas keagamaan. Maka dari itu diperlukan sebuah kepengurusan yang baik dan benar dan manajemen yang profesional sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal. Adapun struktur kepengurusan Yayasan Sunan Kalijaga, yakni:

### a. Pembina:

Ketua	: R. Agus Supriyanto, SH
Anggota	: R. Purwo Adhi Nugroho
	: Ray. Hermin

### b. Pengurus:

Ketua	: R. Purwo Adhi Nugroho
Sekretaris	: R. Mike Santana
Bendahara	: Ray. Titik heri Sugiyanti

### c. Pengawas

Ketua	: R. Djoko Dwinanto
Anggota	: R. Wahyu Sugiantoro
	: R. Kurniadhi Satrio Utomo

## 6. Maksud dan Tujuan Yayasan Sunan Kalijaga

- Mempertahankan harta peninggalan Sunan Kalijaga baik yang fisik maupun non fisik, sehingga tetap dalam keadaan baik dan bermanfaat bagi keturunan dari Sunan Kalijaga dan masyarakat dan selamanya.
- Mengurus, merawat dan melestarikan benda-benda peninggalan Sunan Kalijaga baik yang bergerak maupun tidak bergerak.

- c. Memberikan pengabdian kepada bangsa, khususnya dalam dunia pendidikan, sosial keagamaan, ketrampilan kemanusiaan dan penyantunan yatim piatu.
- d. Memberikan pendidikan bagi masyarakat khususnya anak-anak agar menjadi manusia yang memiliki pengetahuan, cakap, berbudi luhur, bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa serta berguna bagi bangsa dan Negara (Yayasan Sunan Kalijaga: 2022).

## 7. Gambaran Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga



*Gambar 3.3 Makam Sunan Kalijaga*

Makam dan Masjid Sunan Kalijaga berada di Desa Kadilangu, Kecamatan Demak Kota, Kabupaten Demak Jawa Tengah. Makam dan masjid Sunan Kalijaga yang berada di Desa Kadilangu merupakan sebuah peninggalan dari Sunan Kalijaga yaitu satu Walisongo yang telah menyebarkan agama Islam di Indonesia khususnya tanah Jawa. Sebuah bangunan yang menjadi ciri khas peninggalan Sunan Kalijaga terutama sebuah bangunan yaitu makam dan masjid yang berdiri di lingkungan warga yang sekarang ini sudah sangat padat dan merupakan sebuah bukti dari keberadaan Sunan Kalijaga dan pengaruhnya di Kota Demak. Makam dan Masjid Sunan Kalijaga memiliki ciri khas dalam bentuk bangunannya. Desain masjid yang berbentuk jogla dengan atap susun tiga yang menjulang seperti masjid-masjid kuni di Jawa lainnya. Makam dan masjid berada satu kawan atau satu tempat di kompleks makam di Kadilangu.

Sunan Kalijaga mempunyai kedudukan di Kadilangu yaitu sebagai kepala daerah perdikan, selain memiliki kekuasaan di beberapa daerah di Kadilangu Sunan Kalijaga memiliki kekuasaan terhadap daerah tersebut untuk diaturnya. Daerah Kadilangu menjadi tempat yang khusus untuk Sunan Kalijaga dan akan diteruskan oleh keturunannya. Oleh karena itu makam dan masjid memiliki makna yang sangat luar biasa bagi Kadilangu dan menjadi bukti dakwah Sunan Kalijaga salah satu Walisongo yang sangat dihormati dari dulu hingga saat ini, sebab itu merupakan sebuah alasan Makam Sunan Kalijaga menjadi objek pariwisata yang menonjol di Kota Demak.

Makam Sunan Kalijaga mempunyai beberapa acara adat yang diselenggarakan setiap tahun. Ada tiga acara adat di Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, antara lain (Wawancara dengan Edi Mursalin sebagai Juru Kunci Makam Sunan Kalijaga):

**a. Haul Sunan Kalijaga**

Haul Sunan Kalijaga merupakan acara peringatan hari wafatnya kanjeng Sunan Kalijaga pada tanggal 10 Muharram. Haul Sunan Kalijaga biasanya diperingati dengan *khotmil-qur'an*, pengajian umum, sholawat, selamatan dan santunan anak yatim.

**b. Grebeg Besar**



*Gambar 3.4 Grebeg Besar*

Grebeg Besar memiliki dua arti kata dari bahasa Jawa yaitu *Garebeg* dan *Besar*. *Garebeg* artinya suara angin yang merdu. Grebeg dapat diartikan sebagai penggiring atau perkumpulan. Sedangkan *Besar*

merupakan nama bulan Dzulhijah dalam hitungan Masehi. Grebeg Besar adalah suatu perkumpulan masyarakat Muslim di Kota Demak di tanggal 10 Dzulhijah yang bertepatan pada Hari Raya Idul Adha dan perkumpulan dilakukan di Masjid Agung Demak (Dinas Pariwisata Kota Demak: 2022). Pada masa Sunan Kalijaga Masih hidup disaat Grebeg Besar dipercayai dengan berbondong-bondong jalan ke Masjid Agung serta mengelilingi alun-alun maka sama dengan tawaf di Ka'bah.

Grebeg besar merupakan acara budaya yang menjadi ciri khas Kota Demak. Tradisi grebeg besar diselenggarakan pada setiap tahunnya pada tanggal 10 Dzulhijah saat Idul Adha. Dimeriahkan oleh masyarakat Demak dengan beriringan menuju Makam Sunan Kalijaga yang terletak di Desa Kadilangu yang dimulai dari pendopo Kabupaten Demak. Malam hari menjelang tanggal 10 Dzulhijah, diadakan acara *tumpeng sanga* dan di Makam Kadilangu diadakan *Selamatan Ancakan*. Pagi hari tanggal 10 Dzulhijah masyarakat melaksanakan salat Idul Adha di Masjid Agung Demak kemudian setelah itu ritual utama grebeg besar berupa penyucian benda pusaka atau penjamasan pusaka peninggalan Sunan Kalijaga di Kadilangu yaitu *Kutang Ontokusumo* dan *Keris Kyai Crubuk* . Dengan adanya kegiatan budaya tradisional yang terus dikembangkan menjadikan pariwisata daerah menjadi lebih berpotensi.

### c. Ruwatan Massal



*Gambar 3.5 Ruwatan Massal*

Ruwatan massal adalah upacara adat yang digelar pada bulan Rajab oleh ahli waris Sunan Kalijaga di pendopo notobraton, Kelurahan

Kadilangu, Kecamatan Demak Kota. Tradisi ini dilakukan dengan tujuan melestarikan ajaran dari Sunan Kalijaga dan digunakan bagi orang yang *Nandang Sukeerta* atau berada dalam dosa. Meruwat diartikan sebagai perlindungan dari kesusahan batin dengan cara dipertunjukkan wayang kulit dan seluruh *sukerto* (penyandang aura kurang baik) kemudian dikumpulkan duduk bersama di dalam pendopo notobraton yang telah dilingkari dengan *tali lawe* serta beras kuning, yang menyimbolkan dalam ritual agar tidak ada gangguan saat proses ruwatan tersebut. Lakon pewayang mengambil tema *murwokolo*, yakni dari kata *hamurwo betorokolo* yang artinya bagaimana manusia bisa mengatur dan mengelola waktu dengan sebaik-baiknya sehingga hidup tidak sia-sia.

## 8. Ziarah Makam Sunan Kalijaga



Gambar 3.6 Para Peziarah

Dalam Islam, berziarah ke makam adalah sunnah mu'akkad, karena selain berdoa juga dapat mempertegas sifat zuhud manusia terhadap dunia, yang dimaksud zuhud berarti meninggalkan kesenangan duniawi yang bersifat sementara untuk berbakti kepada Allah SWT, serta dapat mengingatkan manusia tentang kematian. Ada sejumlah dalil yang bisa kita temukan terkait ziarah kubur dan rangkaian amaliyah di dalamnya, dan yang *masyhur* kita dengar adalah hadist berikut: Dari Buraidah bahwa Rasulullah Saw bersabda:



قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَدْ كُنْتُ نَهَيْتُكُمْ عَنْ زِيَارَةِ الْقُبُورِ فَقَدْ أُذِنَ

لِمُحَمَّدٍ فِي زِيَارَةِ قَبْرِ أُمِّهِ فَرُؤُوهَا فَإِنَّهَا تُذَكِّرُ الْآخِرَةَ

*Artinya: “Sesungguhnya aku dulu telah melarang kalian untuk berziarah kubur. Maka (sekarang) ziarahlah karena akan bisa mengingatkan kepada akhirat dan akan menambah kebaikan bagi kalian dengan menziarahinya. Barangsiapa yang ingin berziarah maka lakukanlah dan jangan kalian mengatakan ‘hujran’ (ucapan-ucapan batil).” (HR. Muslim).*

Imam Ash-Shan’ani menjelaskan bahwa Hadits ini menunjukkan tentang disyariatkannya ziarah kubur dan menjelaskan tentang hikmah yang terkandung padanya yaitu untuk mengambil pelajaran, mengingat akhirat dan motivasi dalam mengarungi kehidupan dunia yang fana. Jika pada ziarah kubur tak ada hikmah tersebut maka bukan ziarah yang disyariatkan (Affandi, 2019: 8).

Tata cara ziarah kubur ke Makam Sunan Kalijaga yang perlu yang perlu diketahui:

- a. Sebelum memasuki lokasi makam peziarah dianjurkan untuk berwudhu terlebih dahulu, kemudian memberi salam setelah sampai ke pintu masuk makam regol/gapura.
- b. Mendaftar diri ke tempat pendaftaran tamu.
- c. Saat memasuki area sekitar Makam Sunan Kalijaga diharapkan duduk dengan tenang sambil menunggu giliran masuk ke gedung Makam Sunan Kalijaga (diatur oleh petugas makam).
- d. Saat sudah masuk ke dalam makam duduk dengan tenang kemudian berdoa dengan tawasul. Tawasul merupakan memohon berkah dari Allah SWT dengan menyebut orang-orang yang dikasihi Allah, baik yang masih hidup maupun orang-orang yang telah meninggal.

Makam Sunan Kalijaga dibuka pada hari Jum’at Pon, Jum’at Kliwon, Jum’at Pahing dimulai pada jam 08.00 s/d 17.00. sebelum gedung Makam Sunan Kalijaga dibuka, para sesepuh dan kerabat keturunan ahli waris

Sunan Kalijaga melakukan upacara do'a tahlil. (Sesepuh adalah tokoh spiritual yang menjalankan profesi spiritual dan adat istiadat). Setelah selesai melaksanakan do'a tahlil, kemudian pintu gedung makam dibuka oleh juru kunci beserta jajarannya, barulah proses ziarah Makam Sunan Kalijaga dapat dilaksanakan sesuai dengan tata cara diatas setelah pintu makam tersebut terbuka.

## **9. Fasilitas Umum Makam Sunan Kalijaga Kadilangu**

### **a. Masjid Sunan Kalijaga**



*Gambar 3.7 Masjid Sunan Kalijaga Kadilangu*

Masjid Sunan Kalijaga berada di Desa Kadilangu Kota Demak. Tidak jauh dari komplek Makam Sunan Kalijaga dan keluarganya di Kadilangu termasuk makam istri dan ayahnya yaitu Raden Wilotikto. Masjid Sunan Kalijaga Kadilangu diperkirakan berdiri sejak tahun 1532 M, jauh lebih lama berdirinya masjid tersebut setelah berdirinya masjid Agung Demak yang juga dibangun oleh Sunan Kalijaga sejak tahun 1466 M. Masjid Sunan Kalijaga merupakan bangunan tua bersejarah yang didirikan oleh Sunan Kalijaga dan mengalami renovasi oleh keturunannya ialah pangeran Wijil pada tahun 1564 M. Meski telah mengalami renovasi beberapa kali namun tidak sedikitpun merubah bangunan asli pertama kali dibuat dan akan terus mempertahankan keasliannya.

### **b. Tempat Wudhu**

Makam Sunan Kalijaga memberikan fasilitas tempat wudhu untuk peziarah jika ingin bersuci dengan wudhu sebelum melakukan ziarah ke

Makam Sunan Kalijaga. Tempat wudhu terletak di sebelah kanan sebelum pintu masuk Makam Sunan Kalijaga.

**c. Tempat Parkir**



*Gambar 3.8 Tempat Parkir Bus Pariwisata*

Fasilitas lain yang diberikan makam kepada pengunjung salah satunya lahan tempat parkir, tempat parkir yang disediakan makam ada dua tempat. Yang pertama tempat parkir khusus angkutan umum seperti Bus besar dan Bus kecil seperti Elf, lokasi tempat parkir yang satu ini berada di sebrang pintu masuk utama Makam Sunan Kalijaga Kadilangu.

**d. Pendopo**



*Gambar 3.9 Pendopo Makam Sunan Kalijaga Kadilangu*

Pendopo Makam Sunan Kalijaga digunakan untuk tempat pertemuan, penerimaan tamu, tempat kegiatan keagamaan. Sebelum memasuki Makam Sunan Kalijaga pengunjung akan diarahkan mengiri buku tamu di pendopo tersebut, dari mencatat kedatangan tamu tersebut pengelola Makam Sunan Kalijaga memperoleh data pengunjung yang

datang dari penjuru daerah. Dari pintu masuk dan pintu keluar Sunan Kalijaga terdapat kotak amal di sepanjang jalan menuju Makam Sunan Kalijaga.

## **B. Peran *Stakeholders* Makam Sunan Kalijaga**

Peran *stakeholders* menjadi sangat penting dalam proses pengembangan dan pengelolaan dalam sebuah institusi, perusahaan, lembaga, pariwisata dan lain lain. *Stakeholders* sering kali berada pada posisi yang strategis dan mendapatkan kepercayaan dari objek, sehingga dapat mengambil keputusan strategis atau kebijakan yang membantu tercapainya tujuan dari kegiatan yang telah direncanakan. *Stakeholders* dapat dibagi menjadi tiga, yaitu *stakeholder* (utama) primer, *stakeholder* (pendukung) sekunder dan *stakeholder* kunci. Berikut ini adalah *stakeholders* eksternal dan internal juga perannya pada Makam Sunan Kalijaga:

### **1. Stakeholder Kunci**

#### **a. Yayasan Sunan Kalijaga**

Peran Yayasan Sunan Kalijaga merupakan peran aktor paling utama dari peran *stakeholders* lainnya, Yayasan Sunan Kalijaga adalah pengelola utama dalam mengembangkan objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga dan memiliki kewenangan resmi dalam menetapkan setiap keputusannya. Yayasan Sunan Kalijaga berperan dalam memutuskan dan menetapkan kebijakan, mengembangkan dan memperdayakan masyarakat, memberikan dan meningkatkan fasilitas untuk mendukung objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga, menyediakan ruang bagi masyarakat agar terlibat sehingga masyarakat dapat berpartisipasi dalam mengelola kawasan dan berpartisipasi dalam setiap acara yang dilakukan oleh para keturunan Sunan Kalijaga yang diselenggarakan di Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak dan menjaga juga melestarikan lingkungan sekitar kawasan Makam Sunan Kalijaga.

## **b. Pemerintah**

Peran pemerintah dalam upaya mengelola objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga melalui Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata dengan secara langsung mengatur dan mengawasi wisata religi Makam Sunan Kalijaga. Dari Dinas Pariwisata memiliki peran dibidang retribusi transportasi jalan masuk wisata religi Makam Sunan Kalijaga, khusus kendaraan angkutan umum seperti bus pariwisata dan kendaraan bus kecil angkutan umum lainnya. Peran Pemerintah Daerah Kelurahan Kadilangu Demak ialah:

- 1) Membangun dan merawat infrastruktur di Wisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, yaitu meningkatkan kualitas jalan raya menuju wisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, Meningkatkan fasilitas parkir bus bagi peziarah, membuat petunjuk arah menuju wisata religi Makam Sunan Kalijaga dan membuat petunjuk arah menuju wisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, membangun saluran air dan mengatur para pelaku bisnis di wisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.
- 2) Mengatur pelaku bisnis di wisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak, menerbitkan surat keterangan kepemilikan maupun sewa *outlet* di dalam dan di sekitar wisata religi Makam Sunan Kalijaga, menginstruksikan kepada para pelaku bisnis di wisata religi Makam Sunan Kalijaga untuk menjaga kebersihan, dan menertibkan para pedagang yang mengabaikan ketentuan dan peraturan dalam penertiban sehingga kelurahan Kadilangu bekerjasama dengan Satpol PP serta membantu menyelesaikan jika ada terkadi konflik di lingkungan wisata religi Makam Sunan Kalijaga.
- 3) Peran *stakeholders* dari Pemerintah Daerah Kelurahan Kadilangu maupun pemerintah dari Dinas Pariwisata Kota Demak memberikan kontribusi dalam upaya pengembangan objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

## **2. Stakeholder Utama (Primer)**

Masyarakat merupakan *stakeholder* utama yang memberikan kontribusi terhadap pengembangan daya tarik wisata religi Makam Sunan Kalijaga dengan menjadi pelaku bisnis di sekitar kawasan Makam Sunan Kalijaga. Adanya pelaku bisnis di sepanjang lorong jalan menuju Makam Sunan Kalijaga menjadikan perdagangannya sebuah daya tarik wisatawan untuk berkunjung kembali ke Makam Sunan Kalijaga. Pedagang juga menjual pakaian muslim, pakaian anak-anak dengan gambar ilustrasi Sunan Kalijaga dan kerajinan bedug dan rebana, menjual produk-produk hasil kerajinan tangan, seperti kerajinan kaligrafi, menjual cincin kaoka asli Kalimantan, menjual aksesoris, mereka juga menyediakan transportasi menuju wisata religi Makam Sunan Kalijaga, menyediakan penginapan, menjual berbagai macam makanan, menyediakan lokasi parkir mobil dan parkir bermotor di sekitar wisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak (Penelitian Lapangan pada tanggal 22 September 2022).

## **3. Stakeholder Pendukung (Sekunder)**

### **a. Wisatawan**

Wisatawan memiliki potensi dalam pengembangan objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga, dengan datangnya pengunjung dari berbagai kalangan dan berbagai daerah baik dalam kota maupun luar kota. Setiap wisatawan terkadang tidak berkunjung seorang diri, melainkan membawa rombongan yang cukup banyak. Demikian dapat menjadi potensi bagi perkembangan objek pariwisata Makam Sunan Kalijaga, dengan adanya kunjungan setiap harinya tidak membuat Makam Sunan Kalijaga sepi dari pengunjung.

### **b. Pengusaha**

Makam Sunan Kalijaga dalam kurun waktu yang tidak ditentukan membutuhkan revitalisasi sebuah bangunan yang kurang layak sehingga butuh perbaikan agar menjaga keamanan pengunjung saat berziarah. Makam Sunan Kalijaga memiliki beberapa seorang pengusaha yang

menjadi donatur dan memberikan sumbangan dana, namun donatur tersebut statusnya tidak tetap. Menurut data terakhir pada bulan September 2022, donasi yang diberikan oleh pengusaha sebanyak Rp. 20.347.000, nominal tersebut dapat dilihat pada lampiran 3. Banyaknya dana yang diperoleh Yayasan Sunan Kalijaga bahwa sebagian besar pengusaha yang menyumbang dana berasal dari luar Kota Demak dan luar pulau Jawa. Yayasan Sunan Kalijaga yang menerima dan mengelola dana tersebut, namun dana yang diterima tidak berupa nominal. Yayasan Sunan Kalijaga tidak menerima dana berbentuk nominal namun menggantikannya dengan bentuk pengembangan daya tarik wisata berupa benda dan sesuai kebutuhan, misalnya Makam Sunan Kalijaga sedang membutuhkan perbaikan bangunan maka yang akan diterima sesuai dengan kebutuhan. Jika dana tersebut sedang tidak diperlukan oleh Makam Sunan Kalijaga maka uang tersebut dititipkan kepada donatur yang bersangkutan dan akan diminta jika membutuhkannya. Alasan yayasan tidak menerima bentuk nominal dari donatur karena uang bersifat sensitif dan menghindari hal yang tidak diinginkan semisal korupsi (Wawancara dengan Mike Sananta Sekretaris Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu Pada Tanggal 22 September 2022).

### **c. Lembaga Swadaya Masyarakat**

Secara umum Lembaga Swadaya Masyarakat pemegang peran penting dalam sebuah obyek wisata dalam pengembangan dan manajemen pariwisata tersebut. Peran terlibatnya Lembaga Swadaya Masyarakat dalam segala kegiatan khususnya pada daya tarik pariwisata dan memberikan perkembangan terhadap objek pariwisata juga dapat mengkonservasikan alam dan budaya. Berikut ini adalah peran Lembaga Swadaya Masyarakat secara umum, yaitu (Subadrawordpress: 2007):

- 1) Menjadi fasilitator atau narahubung antara *stakeholders* lainnya.
- 2) Sebagai figur dalam mengembangkan pariwisata berbasis kerakyatan dengan tujuan memperluas dampak konservasi yang lebih besar

dengan cara memaksimalkan peran dan kerjasama antar *stakeholders* lainnya.

- 3) Sebagai sumber informasi yang signifikan dan berhubungan dengan topik pariwisata.
- 4) Dapat mengurangi timbulnya dampak negatif dan antusiasme yang berlebihan dalam masyarakat.
- 5) Dapat mendatangkan donator yang tertarik dalam sumber daya alam dan budaya juga sebagai sumber dana untuk menunjang pariwisata berkelanjutan.

Menurut penulis Lembaga Swadaya Masyarakat banyak memiliki peran penting bagi objek pariwisata, sehingga memberikan dampak dan perkembangan yang positif. Namun dalam penelitian yang sudah dikaji oleh penulis bahwa belum ada LSM di Kabupaten Demak yang terlibat dan terhubung dalam pengembangan daya tarik pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

### **C. Analisis SWOT Daya Tarik Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga**

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Treath*). Dalam hal ini perencanaan strateghis harus menganalisis faktor-faktor strategis organisasi (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi saat ini. Menurut Freddy Rangkuti (2016: 19-20) bahwa untuk menganalisis SWOT diperlukan kombinasi farktor internal dan faktor eksternal yaitu:

#### **1. Faktor Internal**

Faktor internal adalah faktor yang dapat berpengaruh membentuk kekuatan dan kelemahan. Dalam hal ini tentu berkaitan dengan kondisi yang sedang terjadi pada sebuah organisasi dan berpengaruh membentuk sebuah keputusan. Faktor yang disebabkan dari organisasi itu sendiri bisa disebut



dengan faktor internal. Berikut ini faktor internal yang terdapat dalam lingkungan Makam Sunan Kalijaga:

a. *Strength* (Kekuatan)

*Strength* merupakan karakteristik dari suatu organisasi atau bisnis yang merupakan suatu keunggulan atau kekuatan dalam suatu organisasi itu sendiri. Setelah ditemukan sebuah aspek yang menjadi sumber kekuatan organisasi, sehingga harus diperkuat dan mempertahankan suatu kelebihan yang menjadi sumber kekuatan organisasi, sehingga organisasi tersebut bisa terus berkembang. Kekuatan yang berasal dari dalam lingkungan Makam Sunan Kalijaga yaitu:

- 1) Sunan Kalijaga merupakan orang yang berpengaruh dalam Pemerintahan Kota Demak dan merupakan salah satu Walisongo yang menyebarkan dakwah Islam di pulau Jawa.
- 2) Sunan Kalijaga memiliki keturunan yang sangat banyak dan menyebar seluruh pulau Jawa dan di luar Jawa dan memiliki jaringan yang sangat kuat antar keturunan Sunan Kalijaga dan memiliki komunitas khusus.
- 3) Sebagian besar pengelola Makam Sunan Kalijaga merupakan keturunan Sunan Kalijaga.
- 4) Makam Sunan Kalijaga berada di lokasi yang sangat strategis.
- 5) Pengelola Makam Sunan Kalijaga tidak menarik biaya masuk.

b. *Weakness* (Kelemahan)

*Weakness* merupakan karakteristik dari suatu organisasi atau bisnis yang merupakan suatu kekurangan. Kelemahan suatu organisasi mencakup salah satunya ialah kelemahan dalam kurangnya skill karyawan, kurangnya dalam sarana prasarana, kurangnya kebijakan dalam suatu organisasi dan lain sebagainya. Kekuatan yang berasal dari dalam lingkungan Makam Sunan Kalijaga yaitu:

- 1) Pengelola MSKJ Yayasan Sunan Kalijaga masih terbilang pasif dalam menjangkau kerjasama dengan instansi, lembaga atau perusahaan swasta dalam pengembangan Makam Sunan Kalijaga.

- 2) Pengelola MSKJ memiliki keterbatasan anggaran karena Yayasan Sunan Kalijaga tidak menerima sumbangan nominal dari donatur.
- 3) Tidak terdapat pemandu wisata lokal.
- 4) Tidak terdapat petunjuk arah atau *planglist* di jalan Sultan Fatah yang menunjukkan arah ke Makam Sunan Kalijaga.

## 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ialah faktor yang dapat berpengaruh membentuk *opportunities* dan *threats* (OT). Faktor tersebut yang menyangkut suatu kondisi di luar organisasi. Berikut ini faktor eksternal ialah faktor yang berasal dari luar objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga.

### a. *Opportunities* (Peluang)

*Opportunities* merupakan sebuah kesempatan yang datang dari luar organisasi atau bisnis. Peluang dapat diketahui dengan cara memperhatikan dan membandingkan dari analisis internal yaitu *strengths* dan *weakness* (Prihatiningtyas, 2021: 22). Peluang yang terdapat dari luar lingkungan Makam Sunan Kalijaga yaitu:

- 1) Makam Sunan Kalijaga terletak di pinggiran Kota Demak sehingga mudah diakses oleh pengunjung.
- 2) Terdapat pedagang di sekitar kawasan Makam Sunan Kalijaga dan sepanjang lorong masuk makam, sehingga dapat menjadi daya tarik wisatawan.
- 3) Banyak Donatur yang menyumbangkan dana untuk Makam Sunan Kalijaga, sebagian besar donatur berasal dari luar Kota dan luar pulau Jawa.
- 4) Masyarakat di luar daerah Kota Demak banyak yang berpartisipasi dalam acara adat Makam Sunan Kalijaga dibandingkan masyarakat setempat.
- 5) Makam Sunan Kalijaga memiliki beberapa akun media sosial yang dibuat oleh masyarakat dan memberikan informasi tentang Makam Sunan Kalijaga sehingga memudahkan masyarakat mengeksplor

makam melalui media sosial. Pemerintah memberikan fasilitas terhadap Makam Sunan Kalijaga.

b. *Threat* (Ancaman)

*Threat* merupakan suatu keadaan yang datang dari luar dan dapat menjadi ancaman dan mengganggu sehingga dapat merugikan suatu organisasi. Jika ancaman tersebut tidak segera ditangani maka akan menjadi hambatan bagi organisasi tersebut (Qomariyah, 2021: 15). Peluang yang terdapat dari luar lingkungan Makam Sunan Kalijaga yaitu:

- 1) Masyarakat setempat kurang berpartisipasi dalam undangan acara adat Makam Sunan Kalijaga.
- 2) Masih terdapat gelandangan yang meminta sumbangan disekitar kawasan Makam Sunan Kalijaga.
- 3) Sering ditemukan orang yang mengaku musafir namun bertujuan menipu wisatawan, biasanya terdapat di sekitar Masjid Sunan Kalijaga.
- 4) Masih ditemukan orang yang berperilaku aneh di sekitar Makam Sunan Kalijaga dan mengganggu wisatawan.
- 5) Pemerintah kurang berkontribusi terhadap Makam Sunan Kalijaga.

### **3. Manfaat, Tujuan dan Fungsi Analisis SWOT**

Analisis SWOT memiliki manfaat yang ampuh untuk merumuskan analisis strategi. Hal ini menjadi penentu strategi perusahaan atau organisasi dalam memaksimalkan peran dari faktor kekuatan yang memanfaatkan peluang dan berperan untuk meminimalisir kelemahan dalam organisasi atau perusahaan dan meminimalkan dampak ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan atau organisasi tersebut.

Tujuan analisis SWOT yakni mampu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi perusahaan baik positif ataupun negatif, agar perusahaan atau organisasi dapat mengelola sekaligus

mempertahankan banyak peluang sehingga perusahaan atau organisasi dapat bertahan jika mengalami kesalahan dalam mengelola.

Fungsi analisis SWOT dapat menganalisis kekuatan dan kelemahan yang terdapat dalam sebuah perusahaan atau organisasi. Menggunakan analisis SWOT dapat dipergunakan untuk mencari solusi dan mempertahankan juga mengambil peluang yang ada dengan memanfaatkannya dengan baik. Namun pihak organisasi atau perusahaan harus mengetahui kelemahan yang ada sehingga menjadikan kekuatan dan juga mengatasi ancaman agar bisa menjadikan peluang (Andriyani & Syarvina, 2022: 683).

**BAB IV**  
**ANALISIS PERAN *STAKEHOLDERS* DALAM MENGEMBANGKAN**  
**PARIWISATA RELIGI MAKAM SUNAN KALIJAGA KADILANGU**  
**DEMAK**

**A. Analisis Peran *Stakeholders* Dalam Mengembangkan Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak**

Dalam bab ini penulis akan membahas tentang hasil penelitian yang telah didapatkan mengenai peran *stakeholders* dalam pengembangan wisata religi Makam Sunan Kalijaga. Penulis akan membahas hasil penelitian dan berusaha menyajikan peran masing-masing aktor penggerak yang berperan dalam pengembangan Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak. Adapun hasil penelitian yang penulis peroleh dari lapangan, yakni *stakeholders* yang terlibat dalam pengembangan wisata religi Makam Sunan Kalijaga yang mencakup *stakeholder* kunci, *stakeholder* utama (primer), *stakeholder* pendukung (sekunder). *Stakeholder* kunci adalah kelompok eksekutif yang memiliki jabatan tinggi dan memiliki kewenangan resmi dalam setiap keputusannya, oleh sebab itu yang termasuk *stakeholder* kunci Makam Sunan Kalijaga ialah Yayasan Sunan Kalijaga, Dinas Pariwisata dan Pemerintah Desa Kadilangu. *Stakeholder* utama (primer) adalah mereka yang memperoleh dampak dan manfaat dari pembentukan kebijakan yang telah ditetapkan, oleh sebab itu yang menjadi *stakeholder* utama ialah masyarakat. *Stakeholder* pendukung (sekunder) ialah mereka yang tidak memiliki hubungan secara langsung terhadap suatu program, sehingga yang menjadi *stakeholder* pendukung ialah pengusaha sebagai donatur, Lembaga Swadaya Masyarakat dan wisatawan. Berikut ini adalah analisis dari para *stakeholders* dan perannya yang disajikan dalam tabel:

**Tabel 4.1**  
***Peran Stakeholder Kunci Dalam Pengembangan Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak***

<b><i>Stakeholder Kunci</i></b>	<b><i>Kontribusi Stakeholders Terhadap Objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga</i></b>	<b><i>Analisis Penelitian</i></b>
Yayasan Sunan Kalijaga	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Menentukan kebijakan</li> <li>➤ Memberikan dan meningkatkan fasilitas.</li> <li>➤ Memberdayakan masyarakat</li> <li>➤ Memberikan keamanan</li> <li>➤ Melestarikan adat dan budaya peninggalan Sunan Kalijaga.</li> </ul>	Peran <i>stakeholder</i> sudah dilakukan, namun perlu ditingkatkan manajemen kepengurusannya.
Pemerintah Dinas Pariwisata, Kelurahan dan SATPOL PP.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pemerintah Dinas Pariwisata dibantu oleh DISHUB Kota Demak membantu menarik retribusi transportasi dan membagi dua hasil tersebut dengan Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu.</li> <li>➤ Pemerintah Dinas Pariwisata memberikan fasilitas tempat cuci tangan disaat pandemi Covid-19.</li> <li>➤ Pemerintah Desa membangun dan merawat infrastruktur di kawasan Makam Sunan Kalijaga, dengan merawat jalan raya menuju wisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.</li> </ul>	Peran <i>stakeholder</i> sudah dilakukan hanya perhatiannya terhadap objek pariwisata Sunan Kalijaga perlu ditingkatkan.

	<p>➤ Pemerintah Daerah mengatur pelaku bisnis UMKM dengan menerbitkan surat keterangan kepemilikan dan surat sewa <i>outlet</i>, mengintruksikan agar menjaga kebersihan dan bekerjasama dengan SATPOL PP untuk menertibkan pedagang yang melanggar aturan juga membantu menyelesaikan konflik jika terjadi di lingkungan wisata religi Makam Sunan Kalijaga.</p>	
--	---	--

Berdasarkan data pada tabel 4.1, bahwa peneliti menganalisis peran *stakeholders* kunci dalam pengembangan pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak adalah sebagai berikut:

### 1. Peran Yayasan Sunan Kalijaga

Yayasan Sunan Kalijaga memiliki peran utama dari peran *stakeholders* lainnya, Yayasan Sunan Kalijaga adalah aktor utama dalam pengembangan Makam Sunan Kalijaga dan memiliki kewenangan resmi dalam setiap keputusannya. Yayasan Sunan Kalijaga berperan dalam memutuskan dan menetapkan kebijakan, mengembangkan dan memperdayakan masyarakat, memberikan dan meningkatkan fasilitas untuk mendukung objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga, menyediakan ruang bagi masyarakat agar terlibat sehingga masyarakat dapat berpartisipasi dalam mengelola kawasan dan berpartisipasi dalam setiap acara yang dilakukan oleh para keturunan Sunan Kalijaga yang diselenggarakan di Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak dan menjaga juga melestarikan lingkungan sekitar kawasan Makam Sunan Kalijaga.

## 2. Peran Pemerintah

Kontribusi yang dilakukan *stakeholder* dari pemerintah Dinas Pariwisata dan DISHUB yakni menarik retribusi dari transportasi seperti bus pariwisata dan bus elf angkutan umum yang masuk di area Makam Sunan Kalijaga, hasil retribusi tersebut dibagi dua dengan Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu, peran ini telah dilakukan secara rutin dan berjalan dengan maksimal dan tempat penarikan retribusi dapat di jumpai di samping jalan menuju area Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak. Keadaan jalan yang mengarah ke wisata religi Makam Sunan Kalijaga cukup baik namun tidak terlalu lebar sehingga jika ada mobil besar atau bus yang melewatinya harus berhati-hati saat bersimpangan melewati jalan tersebut, dalam hal inilah peran Pemerintah Desa dibutuhkan dalam kontribusinya.

**Tabel 4.2**

***Peran Stakeholder Utama Dalam Pengembangan Pariwisata Religi  
Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak***

<b><i>Stakeholder Utama</i></b>	<b><i>Kontribusi Stakeholders Terhadap Objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga</i></b>	<b><i>Analisis Penelitian</i></b>
Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mengelola bisnis perdagangan UMKM di sekitar Makam Sunan Kalijaga.</li> <li>➤ Masyarakat memproduksi kerajinan tangan seperti bedug rebana, tasbih, cincin koka dan menjual pakaian muslimah, baju anak-anak, kaos bergambar Sunan Kalijaga dan lain sebagainya.</li> <li>➤ Menyediakan fasilitas penginapan, menyediakan</li> </ul>	<p><i>Stakeholder</i> sudah terlibat, namun perannya belum dilakukan secara optimal dan perlu meningkatkan solidaritas.</p>



	<p>kamar mandi, tempat wudhu dan menyediakan tempat parkir mobil maupun motor di sekitar kawasan objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Turut terlibat dalam acara adat Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.</li> <li>➤ Menyediakan jasa sewa transportasi.</li> </ul>	
--	---	--

Peran *stakeholder* utama menurut analisis peneliti adalah bahwa peran masyarakat dalam pengembangan Makam Sunan Kalijaga dengan cara menjadi pelaku bisnis dengan berdagang UMKM di sekitar kawasan Makam Sunan Kalijaga dan juga memberikan sarana atau fasilitas kamar mandi, tempat wudhu, menyediakan penginapan dan menyediakan tempat parkir motor juga tempat parkir untuk mobil. Pelaku usaha UMKM menjual pakaian muslimah, pakaian anak dan kaos yang bergambar Sunan Kalijaga. Masyarakat juga menjual hasil kerajinan tangan seperti bedug rebana, cincin kaoka asli Kalimantan, aneka bentuk tasbih dari biji-bijian dan lain sebagainya. Namun masyarakat dalam simpati dan partisipasi kepada kegiatan adat Makam Sunan Kalijaga sangatlah kurang dan mengabaikan undangan kehadiran yang diberikan langsung oleh sanak keturunan Raden Mas Syahid atau Sunan Kalijaga.

**Tabel 4.3**

***Peran Stakeholder Pendukung Dalam Pengembangan Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak***

<i>Stakeholder</i> Pendukung	<i>Kontribusi Stakeholders</i> Terhadap Objek pariwisata	<i>Analisis</i> Penelitian
---------------------------------	---	-------------------------------

	<b>religi Makam Sunan Kalijaga</b>	
Pengusaha	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sumber Donasi</li> <li>➤ Memberikan fasilitas</li> </ul>	Peran <i>stakeholder</i> sudah dilakukan
LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sebagai pendamping masyarakat untuk meningkatkan bisnis dalam pariwisata.</li> <li>➤ Memberikan pemahaman untuk masyarakat tentang <i>supply</i> dan <i>demand</i> dalam bisnis.</li> <li>➤ Membuat lembaga lokal untuk menjadikan objek pariwisata menjadi kreatif.</li> </ul>	<i>Stakeholder</i> dan perannya belum terlibat sama sekali.
Wisatawan	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Wisatawan berpotensi membawa rombongan dengan jumlah yang tidak sedikit dari kotanya, sehingga menjadikan kunjungan Makam Sunan Kalijaga menjadi semakin meningkat.</li> </ul>	Peran <i>stakeholder</i> sudah dilakukan dengan baik.

Peneliti menganalisis peran *stakeholders* kunci dalam pengembangan pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak adalah sebagai berikut:

#### **a. Peran Pengusaha**

Objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga tentunya membutuhkan revitalisasi pada infrastruktur yang sudah tidak layak demi menjaga keamanan wisatawan yang sedang berkunjung dan berziarah di Makam Sunan Kalijaga, sehingga membutuhkan dana untuk memperbaiki bangunan ataupun fasilitas yang tersedia, oleh karena itu membutuhkan peran pengusaha sebagai sumber dana bagi Makam Sunan

Kalijaga. Dana yang diberikan oleh pengusaha diberikan kepada Yayasan Sunan Kalijaga, namun bentuk dana yang diterima Yayasan Sunan Kalijaga tidak berbentuk nominal melainkan dalam bentuk barang yang dibutuhkan, misalnya Makam Sunan Kalijaga sedang membutuhkan perbaikan di bangunan pendopo penerimaan tamu, jadi donatur tersebut memberikan dana dengan bentuk bahan bangunan untuk perbaikan pada bagian bangunan yang perlu diperbaiki.

#### **b. Peran Lembaga Swadaya Masyarakat**

Secara umum Lembaga Swadaya Masyarakat memegang peran penting dalam sebuah obyek wisata dalam pengembangan dan manajemen pariwisata. Adanya LSM yang terlibat akan memberikan banyak kontribusi bagi objek pariwisata yang digandrunginya, misalnya memberikan lapangan pekerjaan masyarakat lokal, mendukung dan memberikan pendidikan untuk memulai usaha. LSM dapat berpengaruh bagi persaingan bisnis dalam pariwisata dan LSM dapat dijamin kepercayaannya dalam pengembangan sumber daya lingkungan, namun sejauh penulis melakukan riset terhadap LSM yang berada di Kota Demak, belum ada informasi yang memberikan data bahwa LSM di Kota Demak terlibat dalam pengembangan pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga. Sehingga ini menjadi suatu kekurangan pada objek pariwisata Sunan Kalijaga dalam pengembangan objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga, karena pengelola Makam Sunan Kalijaga tidak menjangkau banyak relasi baik Lembaga Pemerintah dan LSM untuk membantu pengembangan objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga. Terlihat dari pembicaraan dan penggalian informasi yang dilakukan penulis nampak pengelola Makam Sunan Kalijaga tidak terlalu peduli dalam pembangunan relasi sehingga banyak program hanya sebagai wacana dan tidak pernah terealisasi.

#### **c. Peran Wisatawan**

Makam Sunan Kalijaga dibangun dengan tujuan agar masyarakat dapat mengenang kembali dakwah Sunan Kalijaga yang merupakan salah

satu seorang Walisongo yang telah menyebarkan Islam di pulau Jawa. Wisatawan yang berkunjung ke Makam Sunan Kalijaga bukan hanya seorang saja melainkan membawa keluarga bahkan rombongan yang jumlahnya tidak sedikit dan banyak wisatawan yang menginformasikan objek pariwisata tersebut ke media sosial, sehingga disinilah peran wisatawan berpotensi meningkatkan pengunjung pada objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga karena pengetahuan masyarakat tentang walisongo terutama Sunan Kalijaga sudah sangat luas, sehingga kalangan mana yang tidak ingin berziarah ke makam para Wali terutama Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

#### **B. Analisis SWOT Dalam Mengembangkan Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak**

Objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga yang memiliki potensi daya tarik wisata yang layak untuk dikembangkan menjadi lebih baik. Pengelola Makam Sunan Kalijaga telah berupaya dalam mengelola daya tarik wisata Makam Sunan Kalijaga namun belum melakukannya secara optimal dan masih banyak ditemukan kekurangan di dalamnya, sehingga penulis perlu menganalisis pengelola terhadap pengembangan objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga dengan menggunakan analisis SWOT untuk mempertimbangkan masalah yang sedang terjadi. Analisis SWOT didalamnya mencakup *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* peluang serta *treath* (ancaman) dari pengelola Makam Sunan Kalijaga terhadap daya tarik wisata religi Makam Sunan Kalijaga.

Penulis telah menganalisis faktor internal dan faktor eksternal pengelola objek pariwisata Makam Sunan Kalijaga dalam mengembangkan daya tarik wisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak dan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
***Analisis Faktor Internal Pengembangan Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak***

STRENGTH (S)	WEAKNESS (W)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sunan Kalijaga merupakan orang yang berpengaruh dalam Pemerintahan Kota Demak dan merupakan salah satu Walisongo.</li> <li>2. Sunan Kalijaga memiliki keturunan yang sangat banyak dan menyebar seluruh pulau Jawa dan di luar Jawa dan memiliki jaringan yang sangat kuat antar keturunan Sunan Kalijaga dan memiliki komunitas.</li> <li>3. Sebagian besar pengelola Makam Sunan Kalijaga merupakan keturunan Sunan Kalijaga.</li> <li>4. Makam Sunan Kalijaga berada di lokasi yang sangat strategis.</li> <li>5. Pengelola Makam Sunan Kalijaga tidak menarik biaya masuk.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengelola MSKJ Yayasan Sunan Kalijaga masih terbilang pasif dalam menjangkau kerjasama dengan instansi, lembaga atau perusahaan swasta dalam pengembangan Makam Sunan Kalijaga.</li> <li>2. Pengelola MSKJ memiliki keterbatasan anggaran karena Yayasan Sunan Kalijaga tidak menerima sumbangan nominal dari donatur.</li> <li>3. Tidak terdapat pemandu wisata lokal.</li> <li>4. Tidak ditemukan petunjuk arah atau <i>planglist</i> di jalan yang menunjukkan arah ke Makam Sunan Kalijaga.</li> <li>5. Program pengembangan yang telah dimusyawarahkan oleh para pengelola MSKJ belum pernah terealisasi sampai sekarang.</li> </ol>

Peneliti menganalisis faktor internal yang terdapat di dalam pengembangan pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak adalah sebagai berikut:

### 1. *Strenght* (Kekuatan)

- a. Sunan Kalijaga merupakan orang yang berpengaruh dalam pemerintahan kota Demak dan merupakan salah satu walisongo. Raden mas Syahid atau Sunan Kalijaga merupakan salah satu sembilan wali yang berkarismatik dan orang yang berpengaruh dalam dakwah Islam di pulau jawa khususnya di kota demak. Sunan Kalijaga terkenal dengan metode dakwahnya yang unik seperti wayang kulit, gamelan, seni ukir dan sya'ir lagu *Ilir-Ilir*. Oleh karena itu dengan cara berdakwah Sunan Kalijaga, riwayat sejarah beliau dari menjadi perompak yang mencuri dari orang kaya untuk dibagikan ke orang miskin sehingga bertemu dengan Sunan Bonang dan menjadi muridnya sehingga berganti nama menjadi Sunan Kalijaga, hal tersebut merupakan sumber kekuatan objek pariwisata Makam Sunan Kalijaga di Kadilangu Demak dan menjadi daya tarik masyarakat untuk mengenang sejarah Walisongo dalam berdakwah terutama Sunan Kalijaga.
- b. Sunan Kalijaga memiliki keturunan yang sangat banyak dan menyebar seluruh pulau Jawa dan di luar Jawa dan memiliki jaringan yang sangat kuat antar keturunan Sunan Kalijaga dan membentuk sebuah komunitas. Setelah wafatnya Sunan Kalijaga dan dakwahnya diteruskan oleh para keturunannya, anak dan cucu Sunan Kalijaga telah tersebar di penjuru Indonesia, mereka membentuk komunitas khusus keturunan Sunan Kalijaga. Hal tersebut dapat menjadikan sumber informasi dan menyebarkan sejarah tentang Sunan Kalijaga ke masyarakat di kota tersebut, sehingga orang-orangpun menjadi penasaran dan ingin berkunjung ke Makam Sunan Kalijaga secara langsung, hal ini menjadi sebuah kekuatan untuk menarik perhatian calon wisatawan dan meningkatkan jumlah wisatwan pada objek wsiata religi Makam Sunan Kalijaga Di Kadilangu Demak.
- c. Sebagian besar pengelola Makam Sunan Kalijaga merupakan keturunan Sunan Kalijaga. Demi mempertahankan kelertarian budaya peninggalan Raden Syahid, maka hampir semua kepengurusan dan pengelola Makam

Sunan Kalijaga masih mempunyai darah keturunan Raden Mas Syahid atau Sunan Kalijaga.

- d. Makam Sunan Kalijaga berada di lokasi yang sangat strategis. Secara tidak langsung Makam Sunan Kalijaga bertepatan di lokasi yang strategis di Kota Demak, sehingga masyarakat tidak bingung mencari keberadaan lokasi Makam Sunan Kalijaga. Hal tersebut menjadi sumber kekuatan bagi objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga yang secara langsung mempermudah wisatawan untuk berkunjung ke Makam Sunan Kalijaga.
- e. Pengelola Makam Sunan Kalijaga tidak menarik biaya masuk. Sumber kekuatan lainnya, bahwa pengelola Makam Sunan Kalijaga tidak memungut biaya masuk ke Makam Sunan Kalijaga, sehingga tidak memberatkan orang yang ingin berziarah ke Makam Sunan Kalijaga.

## **2. Weakness (Kelemahan)**

- a. Pengelola MSKJ Yayasan Sunan Kalijaga masih terbilang pasif dalam menjangkau kerjasama dengan instansi, lembaga atau perusahaan swasta dalam pengembangan Makam Sunan Kalijaga. Pengelola Makam Sunan Kalijaga masih sangat kurang dalam membangun relasi untuk menambah *stakeholder* dalam membantu pengembangan objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga, contohnya tidak adanya keterlibatan Lembaga Swadaya Masyarakat untuk memperdayakan masyarakat sekitar dan membantu kelancaran kegiatan wisatawan dalam berkunjung ke Makam Sunan Kalijaga di Kadilangu Demak.
- b. Pengelola Makam Sunan Kalijaga memiliki keterbatasan anggaran karena Yayasan Sunan Kalijaga tidak menerima sumbangan nominal dari donatur. Pengelola Makam Sunan Kalijaga yaitu yayasan Sunan Kalijaga tidak menerima dana sumbangan berbentuk nominal, namun dana tersebut berbentuk pengembangan objek pariwisata, sehingga anggaran yang diperoleh berasal dari kotak amal yang diletakan pengelola Makam Sunan Kalijaga di beberapa titik, mulai dari jalan masuk sampai jalan keluar Makam Sunan Kalijaga.

- c. Tidak terdapat pemandu wisata lokal. Objek pariwisata Makam Sunan Kalijaga tidak ditemukan pemandu wisata khusus untuk mendampingi wisatawan. Pada umumnya pemandu wisata menjadi tugasnya LSM yang terlibat dalam pengembangan objek pariwisata dan jika dari Makam Sunan Kalijaga terdapat pemandu wisata, maka pemandu wisata tersebut sebagian yang bertugas harus dari keluarga keturunan Sunan Kalijaga.
- d. Tidak ditemukan petunjuk arah atau *planglist* dari Jl. Sultan Fattah. Petunjuk arah objek pariwisata sangatlah berpengaruh bagi calon wisatawan yang ingin berkunjung, *planglist* objek pariwisata pada umumnya ditunjukkan beberapa kilo meter sebelum objek pariwisata, namun jalan menuju objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga dari jalan raya Sultan Fattah, karena beberapa wisatawan datang dari arah barat, sehingga banyak yang salah menentukan arah jalan menuju Makam Sunan Kalijaga.
- e. Pengelola Makam Sunan Kalijaga belum sanggup untuk merealisasikan program pengembangan yang telah dimusyawarahkan oleh para pengelola Makam Sunan Kalijaga. Pengelola Makam Sunan Kalijaga yaitu Yayasan Sunan Kalijaga mempunyai banyak program untuk di aplikasikan di objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga, namun program tersebut belum pernah direalisasikan oleh para pengelola hingga saat ini. Salah satu program tersebut yaitu, Makam Sunan Kalijaga ingin menerapkan semua petugas yang berjaga dan melayani pengunjung menggunakan pakaian batik lurik dan menggunakan blankon, kemudian ada penjaga yang berdiri menggunakan tameng dan senjata ditangannya dan membuat spot foto. Namun sangat disayangkan bahwa program tersebut belum pernah terealisasikan hingga saat ini.

**Tabel 4.5**

***Analisis Faktor Internal Pengembangan Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak***

<b>OPPORTUNITY (O)</b>	<b>TREATH (T)</b>
1. Makam Sunan Kalijaga terletak	1. Masyarakat setempat kurang



<p>di pinggiran Kota Demak sehingga mudah diakses oleh pengunjung.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Terdapat pedagang di sekitar kawasan Makam Sunan Kalijaga dan sepanjang lorong masuk makam, sehingga dapat menjadi daya tarik wisatawan.</li> <li>3. Banyak Donatur yang menyumbangkan dana untuk Makam Sunan Kalijaga, sebagian besar donatur berasal dari luar Kota dan luar pulau Jawa.</li> <li>4. Masyarakat di luar daerah Kota Demak banyak yang berpartisipasi dalam acara adat Makam Sunan Kalijaga dibandingkan masyarakat setempat.</li> <li>5. Makam Sunan Kalijaga memiliki beberapa akun media sosial yang dibuat oleh masyarakat dan memberikan informasi tentang Makam Sunan Kalijaga sehingga memudahkan masyarakat mengeksplere Makam Sunan Kalijaga melalui media sosial.</li> <li>6. Pemerintah memberikan fasilitas terhadap Makam Sunan Kalijaga.</li> </ol>	<p>berpartisipasi dalam undangan acara adat Makam Sunan Kalijaga.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Masih ditemukan gelandangan yang meminta sumbangan disekitar kawasan Makam Sunan Kalijaga.</li> <li>3. Sering ditemukan orang yang mengaku musafir namun bertujuan menipu wisatawan, biasanya terdapat di sekitar Masjid Sunan Kalijaga.</li> <li>4. Masih ditemukan orang yang berperilaku aneh di sekitar Makam Sunan Kalijaga dan mengganggu wisatawan.</li> <li>5. Pemerintah kurang berkontribusi terhadap Makam Sunan Kalijaga.</li> </ol>
---	--

Peneliti menganalisis faktor eksternal dalam pengembangan pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak. Faktor tersebut terdapat di luar objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak adalah sebagai berikut:

### **3. Opportunity (Peluang)**

- a. Makam Sunan Kalijaga terletak di tengah Kota Demak sehingga mudah diakses oleh pengunjung. Makam Sunan Kalijaga berada di tengah Kota Demak, sehingga menjadi peluang yang besar untuk wisatawan dan memudahkan wisatawan untuk menemukan lokasi Makam Sunan Kalijaga, lokasi yang sangat strategis di tengah Kota Demak sehingga wisatawan tidak memerlukan waktu yang cukup banyak untuk sampai ke lokasi objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga di Kadilangu Demak.
- b. Terdapat pedagang di sekitar kawasan Makam Sunan Kalijaga dan sepanjang lorong masuk Makam Sunan Kalijaga, sehingga dapat menjadi daya tarik wisatawan. Masyarakat di sekitar kawasan Makam Sunan Kalijaga membuka lapak perdagangan dengan berbagai macam jenis barang atau oleh-oleh. Para pedagang UMKM banyak menjual pakaian muslim, pakaian anak-anak pakaian yang bergambar ilustrasi Sunan Kalijaga, bedug rebana, aksesoris dan makanan-makanan lainnya. Lapak perdagangan UMKM yang disediakan oleh masyarakat sekitar membantu peningkatan daya tarik objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga, karena adanya perdagangan menjadikan hal yang menarik bagi wisatawan untuk kembali berkunjung dan tidak menjadikan hal yang membosankan untuk mengunjungi suatu objek pariwisata religi terutama Makam Sunan Kalijaga, oleh karena itu perdagangan UMKM menjadi suatu peluang yang besar untuk menarik wisatawan agar berkunjung kembali ke Makam Sunan Kalijaga di Kadilangu Demak.
- c. Banyak donatur yang menyumbangkan dana untuk Makam Sunan Kalijaga, sebagian besar donatur berasal dari luar Kota dan luar pulau

Jawa. Donatur yang memberikan dana ke Makam Sunan Kalijaga untuk dikelola ialah mereka yang awal mula menjadi wisatawan dan kemudian memiliki keinginan untuk menyumbangkan sebagian hartanya untuk Makam Sunan Kalijaga dan dipergunakan untuk pengembangan daya tarik wisata religi Makam Sunan Kalijaga. Oleh sebab itu dapat menjadikan peluang bagi Makam Sunan Kalijaga untuk mendapatkan dana untuk dikelola dengan baik terutama dalam pengembangan objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga.

- d. Masyarakat di luar daerah Kota Demak banyak yang berpartisipasi dalam acara adat Makam Sunan Kalijaga dibandingkan masyarakat setempat. Setiap acara adat yang dilakukan Makam Sunan Kalijaga memberikan sebuah daya tarik yang luar biasa terhadap masyarakat sekitar dan masyarakat-masyarakat di luar daerah untuk mengikuti dan berpartisipasi dalam acara adat tersebut, meskipun acara tersebut hanya diselenggarakan untuk para keturunan Sunan Kalijaga namun demi menjalin hubungan baik terhadap masyarakat khususnya masyarakat Kadilangu. Oleh karena itu para sesepuh di Makam Sunan Kalijaga mempersilahkan dan mengundang banyak warga sekitar untuk mengikuti dan berpartisipasi dalam acara tersebut, hal ini dapat menjadi peluang bagi masyarakat di luar sana untuk mengikuti rentetan acara yang diselenggarakan oleh keluarga Sunan Kalijaga.
- e. Makam Sunan Kalijaga memiliki beberapa akun media sosial yang dibuat oleh masyarakat dan memberikan informasi tentang Makam Sunan Kalijaga sehingga memudahkan masyarakat mengeksplere makam melalui media sosial. Wisatawan yang berkunjung ke Makam Sunan Kalijaga banyak yang tertarik untuk mengabadikan nya di sosial media. Tidak sedikit yang membuat akun khusus Makam Sunan Kalijaga untuk memberikan informasi lebih dan dokumentasi agar mempermudah masyarakat mengeksplor dan menggali informasi tentang Makam Sunan Kalijaga melalui sosial media. ari pihak Makam Sunan Kalijaga memiliki akun resmi sosial media dan mencantumkan nomor telepon untuk

memudahkan calon wisatawan mencari informasi tentang Makam Sunan Kalijaga di akun tersebut banyak memberikan informasi dan dokumentasi tentang perkembangan Makam Sunan Kalijaga. Hal ini dapat dijadikan peluang bagi masyarakat yang jauh di luar kota Demak untuk melihat bentuk dari Makam Sunan Kalijaga meski tidak secara langsung datang ke tempat.

#### **4. *Threath* (Ancaman)**

- a. Masyarakat setempat kurang berpartisipasi dalam undangan acara adat Makam Sunan Kalijaga. Seperti yang sudah dijelaskan di atas bahwa acara adat menjadi sebuah peluang yang besar bagi objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga untuk menarik wisatawan dan warga sekitar untuk berpartisipasi dalam acara yang diselenggarakan Makam Sunan Kalijaga. sebenarnya masyarakat sekitar hanya sedikit yang berpartisipasi dalam acara adat Makam Sunan Kalijaga, meski undangan resmi sudah diberikan kepada masyarakat untuk berpartisipasi, tetapi pada kenyataannya masyarakat tidak hadir dan mengabaikan undangan tersebut yang diberikan oleh pihak Makam Sunan Kalijaga. Meski masyarakat sedikit yang berpartisipasi dalam acara tersebut namun masyarakat yang hadir dalam acara adat Makam Sunan Kalijaga sebagian besar datang dari luar Kota Demak atau luar daerah Desa Kadilangu. Pengakuan dari salah satu pengelola Makam Sunan Kalijaga bahwa masyarakat sekitar tidak memiliki perhatian terhadap objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga justru masyarakat dari luar daerah Kota Demak yang banyak memiliki simpati dan partisipasi terhadap objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga di Kadilangu Demak.
- b. Masih terdapat gelandangan yang meminta sumbangan disekitar kawasan Makam Sunan Kalijaga. Masih banyak ditemukan gelandangan di kawasan Makam Sunan Kalijaga. Hal tersebut dapat mengganggu wisatawan yang berkunjung di Makam Sunan Kalijaga, karena mereka berada di pinggir jalan akses ke Makam Sunan Kalijaga sedangkan akses

menuju Makam Sunan Kalijaga cukup sempit sehingga mengganggu aktivitas pejalan kaki. Sebelum diturunkannya hukum perda tentang penanggulangan penyakit masyarakat bahwa upaya pelaksanaannya belum berjalan dengan optimal. Sehingga setelah ditetapkan Perda No 2 tahun 2015 tentang penanggulangan penyakit masyarakat Pemerintah Daerah Kabupaten Demak terus melakukan razia rutin dan larangan memberikan uang kepada pengemis. Namun hal ini mungkin sudah terlihat membaik, akan tetapi saat ini masih ditemukan beberapa pengemis yang masih berkeliaran di kawasan Makam Sunan Kalijaga dan mengganggu aktivitas pejalan kaki.

- c. Sering ditemukan orang yang mengaku musafir namun bertujuan menipu wisatawan, biasanya terdapat di sekitar masjid Sunan Kalijaga. Masjid Sunan Kalijaga menjadi tempat yang sangat tepat untuk wisatawan beristirahat setelah melakukan ziarah dan merehatkan jasmani setelah perjalanan jauh dari kota asalnya. Masjid Sunan Kalijaga juga menjadi peluang yang tepat untuk orang melakukan tindakan kriminal, masih sering ditemukan seseorang yang mengaku sebagai musafir dan beristirahat di masjid Sunan Kalijaga, di samping itu juga tidak jarang berinteraksi dengan wisatawan untuk menawarkan apa yang dijualnya, pengakuan dari salah satu pengelola Makam Sunan Kalijaga tidak sedikit orang yang diduga sebagai musafir tetapi dengan niat yang salah dan menipu wisatawan. Hal tersebut membuat wisatawan tidak nyaman dan tidak merasa aman meski berada di tempat ibadah. Masalah tersebut belum bisa ditangani oleh pengelola Makam Sunan Kalijaga karena sifatnya tidak menentu dan Makam Sunan Kalijaga tidak meningkatkan keamanan bagi wisatawan sehingga hal ini menimbulkan risiko dan bahaya jika tidak ditanggulangi.
- d. Masih ditemukan orang yang berperilaku aneh di sekitar Makam Sunan Kalijaga dan mengganggu wisatawan. Selain ditemukan orang yang mengaku musafir namun dengan tujuan menipu adapun ditemukan orang yang bertingkah aneh terhadap wisatawan yang memberikan pertanyaan

atau secara tiba-tiba membicarakan hal yang tidak seharusnya dibicarakan. Penulis telah mengalami secara langsung dan menemukan orang yang bertingkah aneh tersebut di masjid Sunan Kalijaga, ketika penulis berkunjung yang kesekian kalinya dan mendapati orang yang sama, kejadian tersebut benar-benar tidak membuat wisatawan menjadi aman dan nyaman saat kunjungan ke Makam Sunan Kalijaga sehingga menurut penulis pihak pengelola Makam Sunan Kalijaga belum bertindak dalam menjaga keamanan dan kenyamanan wisatawan saat berkunjung di Makam Sunan Kalijaga.

- e. Pemerintah kurang berkontribusi terhadap Makam Sunan Kalijaga. Pada umumnya pada umumnya pemerintah dapat memberikan kontribusi dan perhatian yang besar terhadap objek pariwisata terutama objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga. Seperti memberikan fasilitas memberikan keamanan kenyamanan terhadap wisatawan, namun Pemerintah Kota Demak tidak banyak atau kurang memberikan perhatian dan kontribusi terhadap objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga. Kepemerintahan yang terlibat hanya dari Dinas Pariwisata, itupun terlibat hanya menarik retribusi transportasi menuju objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga di Kadilangu. Pemerintah hanya memberikan sedikit fasilitas seperti memberikan tempat cuci tangan di saat masa covid-19, dari pengakuan salah satu pengelola Makam Sunan Kalijaga bahwa pemerintah kurang dalam memberikan perhatian terhadap objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga. Hal tersebut menjadi sebuah kendala dalam pengembangan objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga karena pada umumnya pemerintah adalah *stakeholder* kunci atau pemeran resmi dalam objek pariwisata terutama wisata religi Makam Sunan Kalijaga.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peran *stakeholders* yang terlibat dalam pengembangan destinasi pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak ada Yayasan Sunan Kalijaga, Pemerintah Daerah, Dinas Pariwisata, Kelurahan dan SATPOL PP, Masyarakat, Pengusaha, LSM, dan Wisatawan. Dari sekian peran, peran Yayasan Sunan Kalijaga sebagai *stakeholder* sudah dilakukan, namun belum optimal perlu ditingkatkan manajemen kepengurusannya. Peran Pemerintah, Dinas Pariwisata, Kelurahan dan SATPOL PP sebagai *stakeholders* belum optimal dan perlu meningkatkan perhatiannya terhadap objek pariwisata Makam Sunan Kalijaga. Peran masyarakat juga belum optimal, dan perlu meningkatkan solidaritas. Peran Pengusaha dan Wisatawan sudah dilakukan dan berjalan dengan baik, namun peran LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) sebagai *stakeholders* perannya belum terlibat sama sekali. *Stakeholders* dalam peranya memiliki 3 bagian, yaitu *stakeholders* sebagai regulator, *stakeholders* sebagai koordinator dan *stakeholders* sebagai pengguna. *Stakeholders* yang berperan sebagai regulator adalah Yayasan Sunan Kalijaga dan Pemerintah Daerah. *Stakeholders* yang berperan sebagai koordinator ialah Pemerintah Daerah dan Lembaga Swadaya Masyarakat dan *stakeholders* yang berperan sebagai pengguna yakni masyarakat, wisatawan dan pengusaha (donatur).
2. Analisis SWOT (*Strange, Weakness, Opportunity, Treath*) Terhadap pengembangan daya tarik pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga, oleh karena itu yang menjadi kekuatannya adalah pengelola Makam Sunan Kalijaga tetap melestarikan budaya dan peninggalan Sunan Kalijaga dan tidak merubah sedikitpun apa yang menjadi peninggalan Sunan Kalijaga di kadilangu Demak. Seperti barang pusaka, masjid Sunan Kalijaga yang merupakan salah satu peninggalan Sunan Kalijaga, gentong peninggalan

Sunan Kalijaga hingga saat ini masih dilestarikan dan beberapa wisatawan meminum air dari gentong tersebut. Kelemahannya yaitu kurangnya sumber daya manusia dalam pengembangan Makam Sunan Kalijaga yang di mana pengelola utama yakni Yayasan Sunan Kalijaga belum menjangkau secara luas kerjasama dengan instansi lembaga dan perusahaan swasta dalam pengembangan Makam Sunan Kalijaga. Mengolah Makam Sunan Kalijaga memiliki keterbatasan anggaran karena pengelola MSKJ tidak menerima sumbangan berupa nominal dari donatur. Hal yang menjadi peluang untuk Makam Sunan Kalijaga yakni Makam Sunan Kalijaga terletak di kota Demak dan memiliki akses yang cukup baik untuk calon wisatawan berkunjung ke MSKJ, dengan adanya pedagang di sekitar objek wisata Makam Sunan Kalijaga dan yang paling menarik pedagang di sepanjang lorong masuk makam, hal tersebut menjadi salah satu daya tarik dan menjadi ekspektasi positif bagi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Makam Sunan Kalijaga untuk kesekian kalinya. Ancaman-ancaman yang ditemukan adalah adanya pengemis dan gelandangan yang mengganggu aktivitas wisatawan dan orang-orang yang mengaku musafir dengan tujuan menipu wisatawan yang sedang beristirahat di masjid Sunan Kalijaga juga masih ditemukan orang berperilaku aneh sehingga mengganggu kenyamanan wisatawan, kejadian tersebut sering ditemukan di area masjid Sunan Kalijaga karena tempat tersebut yang sering menjadi peristirahatan wisatawan setelah melakukan ziarah.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka perlu dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. *Stakeholder* dalam hal ini yaitu pemerintah dan Yayasan Sunan Kalijaga sebagai fasilitator dalam mengelola objek pariwisata harus lebih memperhatikan setiap kebutuhan objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga seperti meningkatkan fasilitas yang ada di Makam Sunan Kalijaga dan mengembangkan sumber daya manusia agar tujuan yang diinginkan



dapat dicapai yaitu terkelolanya objek pariwisata Makam Sunan Kalijaga dengan baik.

2. Seharusnya *stakeholder* meningkatkan kerja sama dan solidaritas dengan instansi-instansi terutama LSM di Kabupaten Demak yang terlibat langsung dalam pengelolaan objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga untuk mempermudah dalam pengelolaan dan pengembangan objek pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asir, Muhammad. (2021). *“Rantai Pasok Kakao (Karakteristik dan Peran Stakeholder)”*. Pekalongan: NEM.
- Alamsyah, Erik Bisri. (2018). “Pengaruh Keberadaan Central Parkir Bus Pariwisata Terhadap Perekonomian Masyarakat Sekitar Makam Malik Ibrahim Asmoro Ghondi Kabupaten Tuban”. *Jurnal Global*, Vol. 3 No. 01. Hal. 12-19.
- Abrori, Faizul. (2020). *Pariwisata Halal dan Peningkatan Kesejahteraan*. Malang: Literasi Nusantara.
- Arifandi, Firman. (2019). *“Azziarah Kubur dalam Islam”*. Jakarta: Rumah Fiqih
- Bahri, Syaripudin. (2022). “Pengaruh Wisata Religi Di Makam Godog Kabupaten Garut Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat”. *Jurnal Jhesy*, Vol. 01. No. 01. Hal. 1-7.
- Chodim, Ahmad. (2003). *“Mistik Dan Makrifat Sunan Kalijaga”*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Firsty, Ophelia & Ida Ayu Suryasih. (2019). “Strategi Pengembangan Candi Muaro Jambi Sebagai Wisata Religi”. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, Vol. 07 No. 01. Hal. 36-43.
- Handayani, Fitri & Hardi Warsono. (2017). "Analisis Peran *Stakeholder* Dalam Pengembangan Objek pariwisata Karang Jahe Kabupaten Rembang". *Journal of public policy and management review*. Hal. 1-13
- Hanief, Shofwan & Dian Pramana. (2018). *“Pengembangan Bisnis Pariwisata Dengan Media Informasi”*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Hakim, Lukman. (2022). *“Pariwisata Islam”*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Istiodaningsih, dyah, dkk. (2021). “Peran Orang Tua Dalam Mengembangkan Pembelajaran Daring Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kelas 3 Sekolah Dasar”. *Journal of Elementary School*, Vol. 04 No. 01, Juni. Hal. 22-30.
- Kusuma, Sintia Diah, dkk. (2022). “Analisis Peran Stakeholders Dalam Upaya Pengembangan Desa Wisata Dengan Menggunakan Kerangka Pentahelix”. *Journal Of Public Policy*. Hal. 1-18.

- Kadilangu, Y.S.K. (2009). "Profil Yayasan Sunan Kalijaga Kadilangu", dalam [http://yayasansunankalijagakadilangu.blogspot.com/2009/08/profile-yayasan-sunan-kalijaga\\_6734.html?m=1](http://yayasansunankalijagakadilangu.blogspot.com/2009/08/profile-yayasan-sunan-kalijaga_6734.html?m=1), diakses pada tanggal 30 September 2022.
- Limbong, Theresia & Ridwan Amirudin. (2022). "*Peran Pendampingan Suami Pada Istri Selama Masa Kehamilan*". Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Muawanah, dkk. (2020). "Peran, Kepentingan *Stakeholder* Dan Dukungan Kebijakan Dalam Pengembangan Pariwisata Bahari Berbasis Budaya Bahari Di Malaumkarta, Kabupaten Sorong Peran". *Jurnal Kebijakan Sosek Kelautan dan Perikanan*, Vol. 10 No. 2, Desember. Hal. 157-168.
- Namawi, Hadari. (1987). *Metodeologi Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: UGM Press.
- Nengah, Subara. (2007). "Peran Lembaga Swadaya Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata", <https://subadra.wordpress.com/2007/08/26/bali-tourism-watch-peran-lembaga-swadaya-masyarakat-dalam-pengembangan-pariwisata/>, diakses pada tanggal 25 September 2022.
- Pariyanti, Eka, dkk. (2020). "*Objek Wisata Dan Pelaku Usaha (Dampak Pengembangan Objek Wisata Terhadap Ekonomi Masyarakat)*". Surabaya: Pustaka Aksara.
- Pin Pin. (2020). "*Peranan keluarga Tjong Yong Hian terhadap pembangunan Indonesia*". Malang: Literasi Nusantara.
- Prihatiningtyas, Siti. (2021). "*Strategi Dakwah Islam Menggunakan Analisis SWOT*". Semarang: Fatawa Publishing.
- Rahma, Adenisa Aulia. (2020). "Potensi Sumber Daya Alam Dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia". *Jurnal Nasional Pariwisata*. Vol 12 No. 1, April. Hal. 1-8.
- Rangkuti, Freddy. (1997). "*Teknik Membedah Kasus Analisis SWOT*". Jakarta: PT. Gramedia.
- Revida, Erika, dkk. (2020). *Pengantar Pariwisata*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Syarvina, Wahyu & Nia Andriyani. (2022). "Analisis SWOT Pada Produk Deposito PT. Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu Binjai". *Jurnal EMAK*, Vol. 3. No. 2. Hal. 681-686.
- Sadiyah, Dewi. (2015). "*Metode penelitian dakwah*". Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Salusu.(1996). "*Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Nonprofit*". Jakarta: PT. Gramedia.
- Shodiq, dkk. (2020). *Cara mudah berpariwisata syariah*. Surabaya: Cendekia.
- Simanrojang, Feronica, dkk. (2020). "Peran *Stakeholders* Dalam Pembangunan Pariwisata Di Pulau Samosir". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 14, No. 44.
- Srisusilawati, Popon, dkk. (2022). "*Manajemen Pariwisata*". Bandung: CV. Widina Media Utama.
- Sugiyono. (2019). "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*". Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2007). "*Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*". Bandung: Elfebata.
- Sugiyono. (2019). "*Metodeologi penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*". Bandung: Alfabeta.
- Suprawoto. (2018). "*Government Public Relations, perkembangan dan praktik di Indonesia*". Jakarta: Prenadamedia Group.
- Thomset, Rob. (2003). "*Radical Project Management*". Jakarta: Erlangga.
- Wisnu, Conie. (2022). "*Kanjeng Sunan Kalijaga, Jejak-Jejak Legenda*". Bogor: Guepedia.
- Widagdo, Ridwan & Sri Rokhlinasari. (2017). "Dampak Keberadaan Pariwisata Religi Terhadap Perkembangan Ekonomi Masyarakat Cirebon". *Jurnal Al Anwal*, Vol. 9, No. 3. Hal. 59-75.
- Wijaya, Rafi. (2021). "pengertian stakeholder: jenis-jenis, peran dan fungsinya", dalam <https://www.gramedia.com/literasi/stakeholder/amp/>, diakses pada tanggal 30 September 2022.

## HASIL WAWANCARA

1. Bagaimanakah sejarah tentang Sunan Kalijaga di Kota Demak, sehingga meninggalkan sebuah sejarah di Kota Demak?
  - Sunan Kalijaga atau Raden mas Syahid sejak awal sudah bertempat tinggal di kota Demak lokasi makam inilah dahulunya rumah Sunan Kalijaga bersama istri dan anak-anaknya. Sunan Kalijaga selain berdakwah dalam penyebaran Islam di pulau Jawa Sunan Kalijaga atau Raden mas Syaid adalah orang yang berpengaruh di kota Demak. Makam dan masjid di Desa Kadilangu merupakan sebuah peninggalan dari Raden mas Syaid atau Sunan Kalijaga ialah salah satu seorang Walisongo dalam penyebaran agama Islam di Indonesia terkhususnya pulau Jawa. Bangunan masjid dan makam di Kadilangu merupakan sebuah bukti dari peninggalan Sunan Kalijaga dan bagaimana pengaruhnya di kota Demak. Sunan Kalijaga memiliki kedudukan di di kadilangu dan mempunyai kekuasaan penuh terhadap desa tersebut untuk mengaturnya. Desa kadilangu adalah daerah khusus yang diperuntukkan oleh Sunan Kalijaga dan para keturunannya oleh karena itu adanya makam dan masjid memberikan sebuah arti yang khusus bagi kadilangu dan sebagai bukti betapa berpengaruhnya Sunan Kalijaga ialah salah satu Walisongo yang sangat disegani dan dihormati dari zaman dahulu hingga saat ini.
2. Apakah di Makam Sunan Kalijaga mempunyai program acara di setiap tahunnya? Kalau boleh tau apa saja acara tersebut?
  - Makam Sunan Kalijaga tentu memiliki acara khusus pada setiap tahunnya yakni grebeg besar, pajamasan pusaka, haul Sunan Kalijaga, ruwatan massal dan lain-lain.
3. Siapa saja yang berperan dalam pengelolaan atau dalam pengembangan Makam Sunan Kalijaga? Apakah dibawah sebuah yayasan?
  - Cara inti yang mengelola Makam Sunan Kalijaga ialah Yayasan Sunan Kalijaga, untuk untuk pengelola dari luar dari pemerintah

dibantu dengan keamanan dari SATPOL PP dan Kelurahan Desa Kadilangu.

4. Apakah Yayasan Sunan Kalijaga ikut mengelola perdagangan sekitar kawasan Makam Sunan Kalijaga?
  - Yayasan Sunan Kalijaga tidak berperan langsung dalam pengelolaan perdagangan di kawasan Makam Sunan Kalijaga namun Yayasan Sunan Kalijaga hanya memberikan ketertiban dan peraturan agar menjaga keamanan dan ketertiban di sekitar Makam Sunan Kalijaga.
5. Bagaimana struktur organisasi pengurus Makam Sunan Kalijaga?
  - Struktur organisasi Makam Sunan Kalijaga dan Yayasan Sunan Kalijaga tentu berbeda namun memiliki kesamaan dalam pengurusnya.
6. Siapa saja dan dari kalangan mana saja yang berziarah ke Makam Sunan Kalijaga?
  - Banyak kalangan yang berziarah atau berkunjung ke Makam Sunan Kalijaga tentunya dari beberapa daerah bahkan dari penjuru manapun dan daerah manapun. Hampir dari semua daerah yang ada di pulau Jawa pernah berkunjung dan membawa jamaahnya tersendiri.
7. Siapa sajakah *stakeholders* yang ikut berperan dalam pengelolaan Makam Sunan Kalijaga dari organisasi ataupun dari pemerintah setempat?
  - Untuk stakeholdernya sendiri paling utama ialah dari pengelola makam yaitu yayasan Sunan Kalijaga, ialah stakeholder paling utama dalam pengelolaan, stakeholder lainnya dari pemerintah kelurahan dan dari masyarakatnya ada pengusaha sebagai donatur
8. Apakah badan Arkeologi ada sumbangsuhnya terhadap makam? Apa saja yang dilakukan badan Arkeologi terhadap makam? Apa saja yang diperhatikan terhadap makam?
  - Badan arkeologi tidak ada berkaitan dengan pengelolaan Makam Sunan Kalijaga.
9. Apakah wisata religi Makam Sunan Kalijaga memiliki seorang donatur dalam proses pengembangannya? Kalau ada siapakah mereka?

- astinya Makam Sunan Kalijaga memiliki beberapa donatur yang memberikan sebuah dana ialah dari kalangan pengusaha, donatur tersebut tidak jauh dari kota Demak ada juga dari di luar kota Demak bahkan ada yang di luar pulau ialah dari Bali.
10. Apakah mereka hanya memberikan dana saja atau ikut serta dalam pengelolaannya?
- Para donatur yang memberikan dana tidak ikut serta atau tidak secara langsung dalam pengelolaannya, namun dengan dana yang diberikan kepada Makam Sunan Kalijaga sudah lebih dari cukup membantu pengembangan fasilitas yang ada di Makam Sunan Kalijaga.
11. Bagaimana analisis SWOT terhadap daya tarik pariwisata religi Makam Sunan Kalijaga?
- a. Apakah hal yang menjadi sumber kekuatan untuk meningkatkan daya tarik wisata kepada para pengunjung?
- Banyak yang menjadi sebuah peningkatan daya tarik wisata Makam Sunan Kalijaga, yakni banyaknya pedagang di kawasan Makam Sunan Kalijaga. Pedagang banyak menjual pakaian muslim, pakaian anak-anak dengan gambar ilustrasi Sunan Kalijaga dan kerajinan bedug dan rebana, menjual produk-produk hasil kerajinan tangan, seperti kerajinan kaligrafi, menjual cincin kaoka asli Kalimantan, menjual aksesoris, mereka juga menyediakan transportasi menuju wisata religi Makam Sunan Kalijaga, menyediakan penginapan, menjual berbagai macam makanan, menyediakan lokasi parkir mobil dan parkir bermotor di sekitar wisata religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak.
- b. Apakah kendala yang dialami para *stakeholders* dalam proses pengembangan wisata religi Makam Sunan Kalijaga?
- Para kendala yang dialami para pengelola ialah belum ada solidaritas atau belum ada kepedulian yang intensif dari para anggota pengelola terhadap pengembangan Makam Sunan Kalijaga. Sehingga program-program yang ingin direalisasikan

belum tercapai hingga saat ini. Masyarakat setempat juga merupakan sebuah kendala bagi pengelola Makam Sunan Kalijaga, karena masyarakat sekitar belum ada rasa empati untuk mengikuti kegiatan Makam Sunan Kalijaga, meskipun sudah diundang secara langsung oleh ahli waris untuk kedatangan para masyarakat dengan tujuan adanya pendekatan dari masyarakat terhadap ahli waris dan guna untuk menunjukkan bahwa ahli waris tidak memberikan perbedaan antara ahli waris Sunan Kalijaga dan masyarakat sekitar Makam Sunan Kalijaga.

- c. Apakah adanya rencana untuk menarik biaya masuk ke Makam Sunan Kalijaga?
  - Pengelola belum ada rencana untuk menarik biaya masuk ke Makam Sunan Kalijaga.
- d. Apakah ada perilaku negatif yang berdampak buruk atau bisa menjadi ancaman terhadap daya tarik wisata?
  - Dari sejak dulu hingga sekarang masalah utama yang mengganggu aktivitas pengunjung ialah masih ditemukannya para gelandangan atau pengemis yang mengganggu aktivitas para pengunjung, sekitar tahun 2017 gangguan tersebut sudah ditanggulangi oleh SATPOL PP kota Demak dan memberikan larangan untuk para pengemis dan gelandangan berada di kawasan Makam Sunan Kalijaga, namun hingga saat ini masih ditemukan hal tersebut walau dengan jumlah yang sedikit dan masih sering ditemukan penipuan dan orang yang berperilaku aneh yang mengaku sebagai musafir dan bertujuan mengganggu pengunjung sehingga banyak ditemukannya korban atas tindakan tersebut.



## LAMPIRAN 1

### Prosesi Penggalian Data Penelitian Dengan Wawancara

#### 1. Wawancara Dengan Juru Kunci Makam Sunan Kalijaga



#### 2. Wawancara Dengan Sekretaris Yayasan Sunan Kalijaga



#### 3. Wawancara Dengan Pedagang.



## 4. Surat Izin Riset



INDONESIA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Prof. Dr. H. Hamka Semarang 50185  
Telepon (024) 7606405, Faksimili (024) 7606405, Website: www.fakdakom.walisongo.ac.id

Nomor : 3719/Un.10.4/K/KM.05.01/09/2022

Semarang, 20 September

Lamp : -

Hal : *Permohonan Ijin Riset*

Kepada Yth.  
Ketua Yayasan Sunan Kalidjogo Kadilangu  
di Demak

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang menerangkan bahwa dalam rangka penyusunan skripsi, mahasiswa berikut:

Nama : Salma Ummatin Nisa  
NIM : 1801036152  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Lokasi Penelitian : Makam Sunan Kalidjogo Kadilangu Demak  
Judul Skripsi : Peran *Stakeholders* Dalam Mengembangkan Pariwisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak


Bermaksud melakukan riset penggalian data di Makam Sunan Kalidjogo Kadilangu Demak. Sehubungan dengan itu kami mohonkan ijin bagi yang bersangkutan untuk melakukan kegiatan dimaksud.

Demikian atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

An. Dekan  
Kepala Bagian Tata Usaha  
  
SITI BARARAH

## 5. Surat Jawaban Riset



**YAYASAN SUNAN KALIDJOGO KADILANGU**  
 AKTA NOTARIS ANNE LUDVIYANTI, SH.M.Kn  
 TGL. 09 MARET 2017 - 01 -  
 SK. KEMENKUMHAM - NOMOR AHU - 0004751.AHA.01.04 TAHUN 2017  
 JL. PANGERAN WIJIL V NO. 1 KADILANGU DEMAK  
 email : yayansunankalidjogo@gmail.com Telp : (0291) 691 2904 Kode Pos : 59517

---

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**  
 Nomor : 033 / PGS. YSKK / XII / 2022

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : **R. PURWO ADHI NUGROHO**  
 Jabatan : Ketua Pengurus Yayasan Sunan Kalidjogo Kadilangu

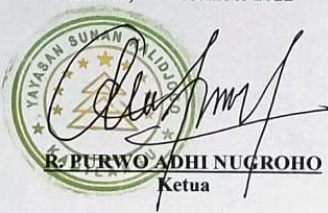
Dengan ini menerangkan

Nama : **SALMA UMMATIN NISA**  
 NIM : 1801036152  
 Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
 Universitas : UIN Walisongo Semarang  
 Alamat : Ngaliyan Semarang  
 HP : 082256157415

Yang bersangkutan diatas benar-benar telah melakukan Penelitian di Kantor Yayasan Sunan Kalidjogo Kadilangu pada tanggal 22 September 2022 terkait penelitian untuk Tugas Akhir yang berjudul “ *PERAN STAKE HOLDER DALAM MENGEMBANGKAN PARIWISATA RELIGI MAKAM SUNAN KALIJAGA*”

Demikian surat keterangan ini dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Demak, 24 Desember 2022



**R. PURWO ADHI NUGROHO**  
Ketua

## LAMPIRAN 2

### Dokumentasi Objek Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak

#### 1. Pintu Masuk Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak



#### 2. Pendopo Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak



#### 3. Yayasan Sunan Kalijaga



#### 4. Gentong Peninggalan Sunan Kalijaga



## 5. Barang Dagangan Pelaku Bisnis UMKM



### Keterangan:

- a. Baju bergambar ilustrasi Sunan Kalijaga
- b. Kerajinan Rebana
- c. Blankon
- d. Cincin kaoka kayu asli kalimantan

### LAMPIRAN 3

#### Rekapitulasi Dana dari Donatur Sampai Bulan September 2022

NO.	Tanggal	Donatur	Daerah	Rp.
1.	17/02/2022	Bapak Purnomo	Jepara	Rp. 5.000.000
		Bapak R. Darto	Demak	Rp. 1.600.000
		Bapak R. Mike	Demak	Rp. 300.000
		Bapak Khirzudin	Demak	Rp. 300.000
		Bapak Sutirmo	Demak	Rp. 200.000
		Bapak Irul	Bali	Rp. 5.600.000
<b>TOTAL : Rp. 13.000.000</b>				
2.	22/03/2022	Bapak Purnomo	Jepara	Rp. 2.000.000
		Bapak Susdi	Batang	Rp. 1.000.000
		Bapak jalaludin	Kendal	Rp. 1.000.000
		Bapak rondi	Batang	Rp. 1.000.000
		Bapak irul	Bali	Rp. 8.500.000
		Bapak supri	Temanggung	Rp. 2.000.000
		YSKK	Kadilangu	Rp. 1.600.000
<b>TOTAL : Rp. 17.100.000</b>				
3.	05/06/2022	YSKK	Kadilangu	Rp. 3.200.000
		Bapak Hikmah M	Tidak ada keterangan	Rp. 2.000.000
		Bapak Irul	Bali	

				Rp. 2.500.000
<b>TOTAL : Rp. 7.700.000</b>				
4.	15/09/2022	M. Zulfa Noor Desa. Ploso Kec. Karang Tengah	Demak	Rp. 866.000
<b>TOTAL : Rp. 866.000</b>				
5.	29/09/2022	Bapak M. Cholid Ibu Rani Puji Bapak Irul YSKK	Demak Bali Bali Kadilangu	Rp. 3.000.000 Rp. 2.325.000 Rp. 14.700.000 Rp. 322.000
<b>TOTAL : Rp. 20.347.000</b>				

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Salma Ummatin Nisa  
 Nim : 1801036152  
 Fakultas/Jurusan : Fdk/ Manajemen Dakwah  
 TTL : Pangkalanbun, 01 Mei 1999  
 No. Hp : 082256157415  
 Email : salmaumatin456789@gmail.Com  
 Hobi : Touring Dan Solo Riding.  
 Agama : Islam  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Golong Darah : A  
 Alamat : Ds. Sungai Rangit Jaya Sp6, Kec. Pangkalan Lada, Kab. Kotawaringin Barat, Kal-Teng.

### **PENDIDIKAN FORMAL**

1. TK Anggrek Sungai Rangit Jaya
2. SDN 2 Sungai Rangit Jaya
3. SMP/ Sederajat KMI Pondok Darussalam Gontor Putri 3 Ngawi
4. SMA/ Sederajat KMI Pondok Darussalam Gontor Putri 3 Ngawi

### **PENGALAMAN ORGANISASI**

1. Bimago Cabang Kotawaringin Barat
2. Racana Uin Walisongo