

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pariwisata religi merupakan salah satu subsektor strategis dalam pengembangan ekonomi lokal di Indonesia. Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, wisata religi termasuk dalam lima besar tujuan wisata domestik yang paling diminati, khususnya pada momen keagamaan seperti bulan Maulid, Ramadan, dan hari besar Islam lainnya. Pada 2023, tercatat lebih dari 13 juta kunjungan wisata religi di berbagai daerah Indonesia, mencerminkan antusiasme masyarakat terhadap ziarah spiritual sekaligus kegiatan ekonomi di sekitarnya (Kemenparekraf, 2023).¹ Fenomena ini tidak hanya berdampak pada aspek keagamaan, tetapi juga memberikan efek berganda pada sektor ekonomi, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di sekitar lokasi wisata. UMKM menjadi penggerak utama ekonomi lokal melalui aktivitas perdagangan makanan, minuman, oleh-oleh khas, serta jasa penunjang wisata. Dalam konteks ini, wisata religi berperan sebagai katalisator tumbuhnya kegiatan ekonomi masyarakat sekitar. Salah satu kawasan yang menunjukkan sinergi antara wisata religi dan pemberdayaan ekonomi adalah Makam Troloyo yang terletak di

¹ Kemenparekraf RI. “Statistik Pariwisata Domestik dan Religi Indonesia”, https://bankdata.kemenparekraf.go.id/upload/document_satker/0899fb8537232a13d15ad06741e12b14.pdf, (2023).

Kecamatan Trowulan, Kabupaten Mojokerto. Makam ini dikenal sebagai situs sejarah dan religius yang diyakini sebagai tempat peristirahatan tokoh penyebar Islam di masa Majapahit, seperti Syekh Jumadil Kubro. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Mojokerto, jumlah kunjungan ke Makam Troloyo mencapai 32.479 pengunjung pada tahun 2024 (Firdaus, 2024). Kunjungan ini meningkat signifikan pada bulan – bulan ziarah dan hari besar keagamaan.²

Seiring dengan meningkatnya kunjungan tersebut, berkembang pula berbagai bentuk UMKM lokal yang menyediakan makanan tradisional seperti nasi pecel, rujak cingur, hingga kerajinan tangan bernuansa religius. Data dari BPS Kabupaten Mojokerto (2024) mencatat terdapat lebih dari 100 Unit UMKM aktif di sekitar kawasan Makam Troloyo, yang sebagian besar bergerak di sektor kuliner, kerajinan, dan perdagangan kecil. Kehadiran UMKM ini mampu menyerap tenaga kerja lokal dan meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat ketahanan ekonomi desa.³ Namun demikian, meski potensinya besar, pelaku UMKM di kawasan Troloyo menghadapi berbagai tantangan. Berdasarkan hasil wawancara pra-penelitian, tantangan utama adalah fluktuasi jumlah pengunjung, minimnya inovasi produk, dan rendahnya akses terhadap digitalisasi pemasaran. Banyak pelaku usaha yang belum memahami teknik manajemen sederhana, branding, maupun penggunaan media sosial sebagai sarana promosi. Selain itu, persaingan

² Firdaus, M. A. P, “Implementasi Data Mining untuk Pengelompokan Kunjungan Wisata di Kabupaten Mojokerto”, *Journal of Informatics and Computer Science*, Vol. 6, No. 1, (2024). 22-29 <https://doi.org/10.26740/jinacs.v6n01.p22-29>

³ BPS Kabupaten Mojokerto. “rofil Ekonomi Mikro Kabupaten Mojokerto” <https://mojokertokab.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/4dab3b078e63b6f5570a14ff/kabupaten-mojokerto-dalam-angka-2024.html> (2024).

usaha yang ketat dan belum adanya wadah kolaborasi antar pelaku UMKM juga memperburuk daya saing mereka.⁴ Meningkatkan UMKM lokal di kawasan wisata religi seperti Makam Troloyo bukan hanya soal memberi bantuan modal, Peningkatan kapasitas usaha memerlukan pendekatan yang lebih terstruktur seperti, Pelatihan manajemen keuangan sederhana, agar pelaku usaha dapat mencatat laba-rugi secara mandiri, Workshop kemasan dan branding produk, agar oleh-oleh lokal bisa bersaing di pasar digital, Digitalisasi promosi, seperti pelatihan penggunaan Instagram, Google Maps, TikTok dan WhatsApp Business untuk memperluas pasar.⁵ Pengembangan infrastruktur, penataan dan pengelolaan objek wisata yang baik akan meningkatkan potensi objek wisata sehingga wisatawan banyak yang tertarik untuk berkunjung ke tempat wisata tersebut sehingga Masyarakat pun memiliki lapangan pekerjaan untuk berusaha baik itu usaha kecil menengah (UKM) yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.⁶



Gambar 1.1 Oleh – oleh khas Mojokerto⁷

⁴ Siti Khotimah, *Data Wawancara Lapangan, Pedagang UMKM di Troloyo*, (2025)

⁵ Wahyu Aris Setyawan, “Pengelolaan Wisata Religi Makam Troloyo Dan Dampaknya Terhadap Kehidupan Sosial-Ekonomi Masyarakat Lokal”, *Jurnal Studi, Sosial, Dan Ekonomi*, Vol. 1, No. 2, (2020), 78-83. <https://doi.org/10.63230/almuttaqin.v1i2.15>

⁶ Hani Muflihah, “Analisis Pengembangan Wisata Religi Makam Syekh Asnawi Caringin Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat”, *Journal mathla’ulanwar ofhalal issues*, Vol. 3, No. 1, (2023), 29-35. <https://doi.org/10.30653/ijma.202331.71>

⁷ Sabila Muplihah. “Oleh-Oleh Khas Mojokerto”

Di sekitar kawasan wisata religi Makam Troloyo Trowulan, berbagai jenis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah berkembang pesat, mendukung sektor pariwisata dan ekonomi lokal. Salah satu jenis UMKM yang berkembang adalah kuliner, dengan pedagang yang menawarkan makanan khas daerah seperti nasi pecel, rujak cingur, dan sate ayam, yang menjadi pilihan populer bagi wisatawan yang mengunjungi situs ini. Selain itu, jajanan tradisional seperti klepon, serabi, dan onde-onde juga banyak dijual sebagai camilan khas yang mencerminkan budaya lokal. Minuman tradisional seperti es dawet dan wedang ronde juga turut meramaikan sektor kuliner di kawasan ini.⁸

Di sisi lain, UMKM yang bergerak dalam kerajinan tangan dan souvenir juga menjadi daya tarik tersendiri. Para pengrajin lokal memanfaatkan kekayaan budaya dan sejarah Trowulan untuk membuat produk seperti ukiran kayu, batu replika artefak sejarah, dan tas tenun yang banyak dicari oleh wisatawan sebagai kenang-kenangan. Produk souvenir religi, seperti buku-buku agama, gelang tasbih, dan barang-barang bernuansa spiritual juga menjadi pilihan menarik bagi pengunjung yang ingin membawa pulang oleh-oleh yang bernilai religius. Proses pengembangan produk pariwisata, penting untuk menganalisa kondisi sumber daya yang dimiliki oleh destinasi wisata, yang mana sumber daya tersebut tidak dapat dipisahkan dengan komponen produk pariwisata. Komponen produk pariwisata merupakan kombinasi dari segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh destinasi pariwisata untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan wisatawan, termasuk daya

<https://depok.pikiran-rakyat.com/author/10605/sabila-muplihah> (10 April 2024)

⁸ Yuda Prasetyo, *Wawancara*, Mojokerto, 17 Desember 2024.

tarik, fasilitas akomodasi, infrastruktur transportasi, serta berbagai layanan dan aktivitas yang ditawarkan Merujuk pada pengertian tersebut.⁹ Wisata Religi sudah seharusnya mempunyai tujuan yang jelas serta efektif agar dapat menghasilkan sesuatu yang bermanfaat dalam proses pelaksanaannya.¹⁰

Oleh karena itu UMKM perlu memanfaatkan penggunaan teknologi yang efektif dan efisien agar kualitas produk meningkat, dan memiliki akses pasar yang luas, persaingan usaha yang ketat juga menjadi kendala yang besar sehingga diperlukan kerjasama bagi UMKM untuk menguatkan kelompok bidang usaha yang sama.¹¹ UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat serta menciptakan lapangan kerja UMKM berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi.¹²

Wisata Religi Makam Troloyo yang terletak di Trowulan, kabupaten Mojokerto, Jawa Timur, tidak hanya merupakan situs sejarah yang kaya akan nilai religius dan budaya, tetapi juga memainkan peran penting dalam pemberdayaan ekonomi lokal, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ada di sekitar kawasan tersebut.

⁹ Aldi Herindra Lasso “Pengembangan Produk Pariwisata Berkelanjutan”, *Jurnal Kepariwisataaan*, Vol. 2, N0. 1, (Agustus 2024), 1-11

<https://journals.usm.ac.id/index.php/jsp/article/view/9803>

<http://dx.doi.org/10.26623/jsp.v2i1.9803>

¹⁰ Davis Gufron, “Analisis Pengembangan Wisata Religi Makam Syekh Asnawi Caringin Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat”, *Journal mathla’ulanwar ofhalal issues*, Vol. 3, No. 1, (2023), 29-35.

<https://doi.org/10.30653/ijma.202331.71>

¹¹ Safiatur Rohkmah “Tantangan dan peluang UMKM dalam membangun inovasi bisnis Islami di era Vuca”, *Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan dan Kebudayaan*, Vol. 23, No. 1, (Januari – Juni 2022), 23-48

<https://jurnal.uinbanten.ac.id/index.php/tazkiya/article/6636/3750/19806>

¹² Mahfudz “Peran Wisata Religi Masjid Al-Alam Terhadap Pengembangan Dan Pemberdayaan Umkm”, *Jurnal of Islamic Economics*, Vol. 2, No. 1, (Januari 2023), 2-7

<https://jurnal.iuqibogor.ac.id/index.php/annuqud/article/view/413/321>

<https://doi.org/10.51192/annuqud.v2i1.413>



Gambar 1. 2 Makam Syekh Jumadil Kubro¹³

Makam ini diyakini sebagai tempat peristirahatan beberapa tokoh penting dari Kerajaan Majapahit, yang berperan dalam penyebaran agama Hindu-Buddha dan kebudayaan di Nusantara. Dengan statusnya sebagai salah satu situs wisata religi terkemuka, Makam Troloyo menarik banyak peziarah dan wisatawan yang datang untuk mengenang dan menghormati sejarah kebesaran Majapahit, serta untuk mendapatkan pengalaman spiritual.¹⁴

Obyek wisata kabupaten Mojokerto didominasi oleh para peziarah dengan tujuan wisata religi ke makam Troloyo, tercatat wisata religi makam Troloyo mampu menarik para peziarah mencapai lebih dari 32 ribu orang dalam 1 tahun.¹⁵ Hal ini membuka peluang besar bagi UMKM lokal untuk memanfaatkan arus

¹³ Misti Prihatini Makam “Makam Syekh Jumadil Kubro di Komplek Makam Troyolo Mojokerto”, dalam <https://beritajatim.com/author/titin> (18 Maret 2024)

¹⁴ Isna Roikhatul Janah “Islam dalam hegemoni Majapahit: Interaksi Majapahit dengan Islam abad ke-13 sampai 15 Masehi”, *Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial*, Vol. 1, No. 6, (2021), 732-740

<https://doi.org/10.17977/um063v1i6p732-740>

¹⁵ Mohamad Adi Putra Firdaus “Implementasi Data Mining Untuk Pengelompokan Kunjungan Wisata di Kabupaten Mojokerto”, *Journal of Informatics and Computer Science*, Vol. 6, No. 1, (2024), 22-29

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jinacs/article/view/59906/46350>

<https://doi.org/10.26740/jinacs.v6n01.p22-29>

kunjungan wisatawan guna meningkatkan pendapatan dan memperkenalkan produk lokal mereka. Dalam konteks pariwisata religi, UMKM yang berada di sekitar Makam Troloyo memiliki potensi besar untuk mengembangkan usaha mereka, baik dalam sektor kuliner, kerajinan tangan, hingga jasa wisata. Banyak UMKM yang mengandalkan produk lokal seperti makanan khas, cendera mata, hingga kerajinan tangan berbahan dasar alam yang dihasilkan oleh masyarakat setempat. Produk-produk ini tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan wisatawan, tetapi juga sebagai sarana untuk melestarikan tradisi budaya dan kearifan lokal yang ada di sekitar kawasan tersebut. Dalam hal ini, peran wisata religi sangat signifikan dalam menciptakan permintaan yang terus berkembang untuk produk-produk UMKM, yang pada gilirannya dapat meningkatkan perekonomian lokal dan memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.¹⁶

Dengan demikian, penelitian tentang peran wisata religi Makam Troloyo terhadap UMKM lokal memiliki urgensi yang sangat besar untuk menggali potensi UMKM dalam mengembangkan usaha mereka. Penelitian ini dapat memberikan rekomendasi tentang strategi pengembangan yang dapat meningkatkan daya saing UMKM, dari sisi produk pemasaran, maupun kualitas pelayanan. Dengan pengelolaan yang tepat, UMKM di sekitar Makam Troloyo dapat menjadi salah satu pilar utama dalam pengembangan pariwisata religi yang berkelanjutan, yang tidak

¹⁶ Agung Slamet Sukardi “Pemberdayaan Umkm Dalam Mengelola Kawasan Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Demak Tahun 2021-2022”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, Vol. 1, No. 3, (September 2023), 1-13 <https://jim.iainkudus.ac.id/index.php/JEBISKU/article/download/693/89>
<http://dx.doi.org/10.21043/jebisku.v1i3.693>

hanya memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal, tetapi juga berperan dalam pelestarian warisan budaya dan meningkatkan UMKM lokal.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah digambarkan diatas. Maka, dapat ditentukan pokok masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimana peran wisata religi dalam meningkatkan ekonomi UMKM berdasarkan prinsip *maqashid syariah* dan konsep CBT.

C. Tujuan Masalah

1. Menganalisis kontribusi wisata religi Makam Troloyo dalam mendorong pertumbuhan ekonomi UMKM lokal di sekitarnya
2. Mengidentifikasi kendala-kendala utama yang dihadapi pelaku UMKM, baik secara internal (manajemen, modal, inovasi) maupun eksternal (infrastruktur, regulasi, akses pasar).

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam penguatan teori-teori yang berkaitan dengan pengembangan ekonomi lokal berbasis potensi wisata religi, khususnya pada sektor UMKM. Secara teoritis, manfaat penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memperkaya kajian community-based tourism (CBT) dengan menegaskan bahwa wisata religi tidak hanya berfungsi sebagai ruang spiritual, tetapi juga sebagai pemicu pertumbuhan ekonomi lokal berbasis UMKM. Temuan di Makam Troloyo menunjukkan bahwa pariwisata religi mampu menciptakan *multiplier effect* melalui peningkatan pendapatan, diversifikasi produk, serta penguatan identitas budaya masyarakat¹⁷. Kontribusi ini menguatkan teori pemberdayaan masyarakat yang berbasis partisipasi dan lokalitas¹⁸, sekaligus memperluas perspektif ekonomi Islam dengan menekankan prinsip maqashid syariah (hifdz al-mal, hifdz al-din, dan hifdz al-'ird) dalam praktik ekonomi kerakyatan¹⁹. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi konseptual bahwa keberhasilan CBT sangat ditentukan oleh integrasi antara nilai spiritual, tradisi budaya, dan mekanisme ekonomi lokal.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan acuan bagi pemerintah daerah, pengelola wisata, dan komunitas lokal untuk menjadikan kawasan wisata religi sebagai basis pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan²⁰. Temuan tentang kendala yang dihadapi pelaku UMKM, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan modal, serta lemahnya kelembagaan, dapat dijadikan dasar

¹⁷ Sutrisna, I Gede. "Community-Based Tourism dan Multiplier Effect dalam Pengembangan Ekonomi Lokal." *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, Vol. 4, No. 2 (2022): 115–128.

¹⁸ Suansri, Potjana. *Community Based Tourism Handbook*. Bangkok: REST Project, 2003.

¹⁹ Antonio, Muhammad Syafii. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press, 2011.

²⁰ Suansri, Potjana. *Community Based Tourism Handbook*. Bangkok: REST Project, 2003.

untuk menyusun program pendampingan berupa pelatihan manajemen usaha, fasilitasi akses pasar digital, serta pembentukan koperasi berbasis kawasan wisata²¹. Bagi masyarakat, penelitian ini memberikan gambaran strategi adaptif dalam memanfaatkan momentum keagamaan untuk menciptakan usaha baru dan memperkuat jejaring sosial²². Dengan model yang dihasilkan, penelitian ini dapat direplikasi di destinasi wisata religi lain di Indonesia, sehingga memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan kebijakan pariwisata berbasis masyarakat²³.



²¹ Safrida Lili. "Literasi Digital sebagai Faktor Penguat Daya Saing UMKM di Era Ekonomi Modern." *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, Vol. 24, No. 1 (2024): 45–60.

²² Aref, Fariborz & Redzuan, Ma'rof. "Community Capacity Building for Tourism Development." *Journal of Human Ecology*, Vol. 27, No. 1 (2009): 21–25.

²³ Sutrisna, I Gede. "Community-Based Tourism dan Multiplier Effect dalam Pengembangan Ekonomi Lokal." *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, Vol. 4, No. 2 (2022): 115–128.