

**EKSISTENSI WISATA RELIGI MAKAM IMAM LAPEO SEBAGAI
PENGGERAK EKONOMI KREATIF DI KECAMATAN
CAMPALAGIAN KABUPATEN POLEWALI MANDAR**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Hukum (S.H)
pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi
Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene

Oleh:

SIDIN

NIM: 20256118029

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI BISNIS ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
MAJENE
2022**

SURAT PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Eksistensi Wisata Religi Makam Imam Lapeo sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar**” yang disusun oleh saudara **Sidin, NIM: 20256118029**, Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Kamis tanggal 18 Agustus 2022 M. bertepatan dengan 20 Muharram 1444 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene dengan beberapa perbaikan.

Majene, 18 Agustus 2022 M
20 Muharram 1444 H

DEWAN PENGUJI

Ketua	: A. Jusran Kasim, S.H.I., M.H	(.....)
Sekretaris	: Nur Akifah Janur, S.H., M.H	(.....)
Penguji I	: Dr. H. Anwar Sadat, S.Ag., M.Ag	(.....)
Penguji II	: Fatri Sagita, S.Hi., M.H	(.....)
Pembimbing I	: Drs. H. Sufyan Mubarak, S.H., M.H	(.....)
Pembimbing II	: Nuzha, S.Sy., M.H.I	(.....)

Diketahui Oleh:
Ketua Jurusan SEBI

Abdul Rahman, M.Pd., Ph.D
NIP. 19731231 200501 1 034

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi atas nama **Sidin, NIM 20256118029**, Mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama skripsi berjudul “Eksistensi Wisata Religi Makam Imam Lapeo Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar” memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diseminarkan.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Majene, 10 Juli 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Sufyan Mubarak, S.H., M.H
NIP. 19590709198303 1 002

Nuzha, S.Sy., M.H.I
NIP. 19871207201801 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sidin
NIM : 20256118029
Tempat/Tgl.Lahir : Ratte, 03 Mei 1996
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam
Judul Skripsi : Eksistensi Wisata Religi Makam Imam Lapeo sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebahagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Majene, 10 Juli 2022

Penyusun,

Sidin
20256118029

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Eksistensi Wisata Religi Makam Imam Lapeo sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar”** dalam waktu yang tidak terlalu lama. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene. Sholawat beserta salam semoga selalu tercurah kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW. sebagai *uswatun hasanah* bagi kita semua dalam hidup dan kehidupan kita, baik di dunia maupun di akhirat kelak.

Mengingat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman dalam penulisan, sehingga skripsi ini tentunya tidak lepas dari kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang konstruktif dari berbagai pihak demi kesempurnaannya.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari kontribusi berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya terutama kepada kedua orangtua yaitu ayahanda **Hamuddin** dan ibunda **Tanda** yang telah membesarkan, mendo'akan serta senantiasa memberikan dukungan, baik moril maupun materil sehingga sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.

Penulis juga tak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Wasilah, S.T., M.T selaku Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.

2. Bapak Abdul Rahman, M.Pd., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene.
3. Ibu Nuzha, S.Sy., M.H.I. selaku Ketua Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, sekaligus sebagai Pembimbing II yang di sela-sela kesibukannya juga telah meluangkan waktu untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Drs. H. Sufyan Mubarak, S.H., M.H, sebagai Pembimbing I yang selalu meluangkan waktu memberikan motivasi dan membimbing penulis, mulai dari pembuatan proposal sampai pada penyusunan skripsi ini selesai.
5. Bapak Dr. H. Anwar Sadat, S.Ag., M.Ag dan Ibu Fatri Sagita, S.Hi., M.H, masing-masing sebagai Penguji I dan II yang telah memberikan kritikan dan saran yang bersifat membangun untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Segenap dosen pada Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Bisnis Islam, baik dosen tetap maupun dosen LB yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan kepada penulis mulai dari awal perkuliahan sampai pada tahap memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).
7. Segenap staf akademik, baik pada Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Bisnis Islam maupun pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Majene secara keseluruhan.
8. Kepala Desa Campalagian yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian di desa yang dipimpinnya, serta seluruh stafnya yang telah membantu dalam proses penelitian sampai selesai.
9. Terima kasih pula saya sampaikan kepada teman kelas, remaja masjid desa Ratte, kerabat, serta semua teman yang tak sempat penulis sebutkan satu persatu atas motivasi, dukungan/bantuan yang telah diberikan, baik yang bersifat moril maupun materil selama penulis menempu perkuliahan sampai berhasil memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Semoga skripsi ini dapat berkontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi para pembaca, serta segala bantuan yang diberikan oleh berbagai pihak bernilai ibadah dan dilipatgandakan pahalanya oleh Allah SWT, amin..

Majene, 10 Juli 2022

Penulis,

Sidin

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
ABSTRAK	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Kajian Pustaka	4
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN TEORETIS	8
A. Tinjauan Umum tentang Pariwisata	8
B. Tinjauan Umum tentang Wisata Religi	11
C. Tinjauan Umum Tentang Ekonomi Kreatif.....	15
D. Kerangka Pikir.....	31
BAB III. METODE PENELITIAN	32
A. Jenis dan Lokasi Penelitian	32
B. Pendekatan Penelitian.....	32
C. Sumber Data	33
D. Metode Pengumpulan Data	34
E. Instrumen Penelitian	35
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	36
G. Uji Validasi Data Teknik.....	38

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	40
A. Selayang Pandang Wisata Religi Makam Imam Lapeo	40
B. Eksistensi Wisata Religi Makam Imam Lapeo sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar.....	42
C. Faktor yang Mendukung dan Menghambat Penggerak Ekonomi Kreatif pada Wisata Religi Imam Lapeo di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar	43
BAB V. PENUTUP.....	51
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN-LAMPIRAN	54
RIWAYAT HIDUP.....	59

ABSTRAK

Nama : SIDIN
Nim : 20256118029
**Judul : Eksistensi Wisata Religi Makam Imam Lapeo Sebagai Penggerak
Ekonomi Kreatif di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali
Mandar**

Penelitian ini membahas tentang eksistensi upaya wisata religi makam Imam Lapeo sebagai penggerak ekonomi kreatif di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar dan faktor apa yang mendukung dan menghambat wisata religi makam Imam Lapeo sebagai penggerak ekonomi kreatif di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar.

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data pada penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Instrumen yang digunakan adalah pedoman wawancara dan pedoman observasi. Teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sedangkan uji validitas meliputi Teknik triangulasi dan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya tempat wisata religi Makam Imam Lapeo sebagai tempat wisata di Kecamatan campalagian yang masih tetap eksis sampai saat ini menjadikan mata pencarian masyarakat sekitar untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Eksisnya wisata religi makam Imam Lapeo dikarenakan karomah yang beliau miliki hingga dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut di atas, maka peneliti menawarkan beberapa solusi sebagai faktor pendukung dari penggerak ekonomi kreatif pada wisata religi makam Imam Lapeo yaitu sumber daya alam, warisan budaya, pihak swasta, biaya atau keuangan, dan masyarakat. Sedangkan faktor penghambat dari penggerak ekonomi kreatif pada wisata religi makam Imam Lapeo yaitu kurangnya kerjasama antar pemangku kebijakan, objek wisata masih milik perorangan bukan dikelola bersama pemerintah, dan kurangnya pengenalan wisata religi di sosial media.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Presiden Republik Indonesia, sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 berdasarkan pengembangan ekonomi kreatif untuk menciptakan lapangan kerja dan mengatasi kemiskinan yang ada, pengembangan ekonomi kreatif bertujuan untuk menciptakan lapangan kerja. Hal ini dapat dicapai melalui penggunaan mekanisme terkoordinasi yang difasilitasi oleh bank nasional untuk pengembangan ekonomi kreatif.¹

Kreativitas dalam aksi program yang semakin banyak diimplementasikan di berbagai komunitas di tanah air ini bertujuan untuk meningkatkan semangat warga berbagai kota untuk menjadi komunitas kreatif. Ini juga berfungsi sebagai pengingat bahwa ekonomi kreatif bukanlah proporsi satu ukuran untuk semua. Dari tahun ke tahun, ekonomi kreatif semakin berkontribusi terhadap perekonomian Indonesia. Data tahun 2013 bahwa ekonomi kreatif berkontribusi signifikan terhadap keperluan ekonomi bangsa. Secara kuantitatif, ekonomi kreatif memanfaatkan 7,05 persen dari PDB (setara Rp 641,8 triliun), 7,8 persen nama usaha, dan 6,8 persen peluang usaha pekerjaan.² Indonesia adalah negara dengan berbagai potensi ekonomi kreatif untuk produser/sutradara di seluruh dunia, berupa desainer kelas internasional, seniman, arsitek, pemain panggung, dan musisi. Produk Indonesia seperti batik, kain songket Palembang, dan patung Bali semuanya asli Indonesia, berbagai kabupaten di Jawa Barat, bahkan mebel Jepara. Kreativitas produk tidak berkembang hanya pada sektor kerajinan, tetapi juga di berbagai bidang dan jenis industri, baik kecil, menengah, atau besar.³ Kegiatan ekonomi kreatif dilakukan pada industri makanan, sandang, peralatan rumah tangga,

¹Presiden Republik Indonesia, *Pengembangan Ekonomi Kreatif, 2009-2015*.

²Nirwandar Sapta, *WOW Indonesia Tourism and Creative Industry* (Jakarta: Gramedia, 2014), h. 118.

³Fadlol. *Peranan Wisata Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif* (Semarang: Arsitektur FEBI, 2015), h. 3.

otomotif, elektronik, bangunan, arsitektur, kedokteran, dan produk pertanian. di sektor jasa, industri kreatif berkembang begitu pesat, seperti di bidang pendidikan, keuangan, perbankan, penerbangan, perhotelan, pariwisata, transportasi, telekomunikasi, dan informasi.

Salah satu industri yang menjanjikan adalah industri pariwisata. Berwisata adalah kebutuhan manusia, baik bepergian serta masyarakat sekitar. Sektor pariwisata dapat menjadi sumber pendapatan yang sangat-sangat besar dan dapat dikantongi oleh pemerintah daerah jika digarap secara serius. Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pasal 4, disebutkan bahwa keadaan alam, flora dan fauna, sebagai karunia tuhan yang maha Esa, warisan sejarah, serta seni dan budaya bangsa indonesia merupakan sumber daya dan modal untuk pengembangan pariwisata bagi indonesia. Meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana yang tercantum dalam pancasila dan pembukaan Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.⁴

Pembangunan infrastruktur yang baik, penataan dan pengelolaan objek wisata akan meningkat itu potensi dari sebuah turis daya tarik jadi itu banyak turis adalah tertarik untuk mengunjungi tempat-tempat wisata tersebut. Keberadaan pariwisata akan juga menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang terjalin dan saling mendukung kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dalam rangka menciptakan lapangan kerja. Salah satu tempat wisata yang banyak dikunjungi masyarakat adalah wisata religi. Wisata religi memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan dengan nilai spiritualitas yang tinggi dan toleransi antar umat beragama yang dapat menjadi pedoman hidup. Sejarah dan keanekaragaman keindahan alam Indonesia dipadukan dengan nilai-nilai spiritual menjadikan tempat wisata memiliki keindahannya sendiri. Indonesia memiliki potensi wisata religi yang sangat besar. Hal ini karena Indonesia telah lama dikenal sebagai negara yang religius. Banyak bangunan atau tempat bersejarah

⁴Masriani, *Peran Wisatawan dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kawasan Wisata Religi Makam Syekh Yusuf Kabupaten Gowa* (Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019), h. 2.

yang memiliki arti khusus bagi wisatawan. Serta Oleh karena itu, jumlah umat beragama di Indonesia merupakan potensi untuk pengembangan wisata religi di Indonesia.

Kabupaten Polewali Mandar merupakan salah satu kabupaten di Sulawesi Barat yang sedang mengembangkan perekonomian di bidang pariwisata khususnya pariwisata. agama. Ada beberapa tempat wisata religi di Kabupaten Polewali Mandar yaitu : mendatangkan banyak devisa bagi daerah. Salah satunya adalah makam Imam . Lapeo terletak di Kecamatan Campalagian, Kabupaten Polewali Mandar. Makam Imam Lapeo merupakan tempat wisata religi yang paling terkenal dikunjungi banyak orang, baik dari masyarakat Polewali Mandar maupun dari masyarakat luar. Makam tersebut terletak di sebuah masjid yang biasa disebut Masjid Lapeo atau Masjid *Nurul Taubah*. Setiap hari Masjid Lapeo dikunjungi oleh orang-orang baik yang ingin melakukan ibadah dan ziarah ke makam Imam Lapeo, Sehingga tempat tersebut dijadikan tempat wisata religi.

Jumlah pengunjung Tempat ini memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat. Bisa terlihat di sekitar objek wisata religi makam Imam Lapeo, berbagai usaha masyarakat, mulai dari pedagang baju, warung, pedagang asongan, parkir, jasa perawatan sandal, dan banyak outlet penjualan di luar kompleks pemakaman. Dari beberapa upaya yang dilakukan oleh masyarakat di luar objek pemakaman masih belum maksimal, dikarenakan kurangnya kreativitas yang dimiliki oleh masyarakat sekitar khususnya para pedagang yang berada di objek makam tersebut. Penjualnya hanya fokus pada bahan yang sangat mudah didapat dari mana saja seperti pakaian, makanan, dan sebagainya. itu akan membuat para wisatawan bosan sehingga mempengaruhi objek wisata religi makam Imam Lapeo.

Berdasarkan hal di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang keberadaan situs wisata religi makam Imam Lapeo sebagai penggerak ekonomi kreatif bagi masyarakat setempat. Oleh karena itu, judul penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah **“Eksistensi Wisata Religi Makam Imam Lapeo**

Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas dapat dikemukakan bahwa penelitian ini berfokus pada dampak wisata religi terhadap Imam Lapeo atas penghasilan orang yang berbisnis di sekitar objek makam Imam Lapeo. Adapun gambaran fokus penelitian ini yaitu wisata religi, Makam Imam Lapeo, penggerak ekonomi, ekonomi kreatif.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian yaitu

1. Bagaimana eksistensi wisata religi makam Imam Lapeo sebagai penggerak ekonomi kreatif di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar ?
2. Faktor apa yang mendukung dan menghambat wisata religi makam Imam Lapeo sebagai penggerak ekonomi kreatif di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar ?

D. Kajian Pustaka

Adapun penelitian yang berkaitan dengan penelitian yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Tiara Anggraini Putri pada Tahun 2019 mengkaji Strategi Pengembangan Objek Wisata Religi (Studi Kasus Makam Dalem Santri Desa Kutaliman Kecamatan Kedung Banteng Banyumas) dengan hasil kajian menunjukkan bahwa para *pemangku kepentingan* Makam Dalem Santri yaitu Pemerintah Desa Kutaliman, Pokdarwis "Rakca" Tourism" dan juru kunci Makam Dalem Santri melakukan strategi pengembangan pariwisata yaitu dengan melihat kendala dan kebutuhan yang menghasilkan strategi seperti membentuk Kelompok Sadar Wisata "Rakca Pariwisata", membangun dan melengkapi infrastruktur, melaksanakan kegiatan promosi,

memelihara dan memelihara Makam Dalem Santri. Unsur-unsur utama pembangunan Makam Dalem Santri meliputi: Sarana, Prasarana, Pengelolaan atau Prasarana, Masyarakat, Aksesibilitas dan Daya Tarik Wisata. Faktor yang mempengaruhi perkembangan Makam Dalem Santri adalah dana, sumber daya alam, masyarakat, kebijakan pemerintah, pekerja atau buruh, swasta, potensi daya tarik wisata, promosi, lomba, cagar budaya dan kebutuhan jamaah haji.⁵

2. Penelitian yang dilakukan oleh M Fadlol Badruzzaman pada tahun 2015 yang mempelajari tentang Peran Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah dalam menggerakkan ekonomi kreatif di wisata religi makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak berfungsi sebagai katalis dan pengatur. Para pelaku bisnis dalam menggerakkan ekonomi kreatif Dalam wisata religi, makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak berperan sebagai pencipta produk, lapangan pekerjaan, dan masyarakat. Sarjana di merangsang ekonomi kreatif wisata religi ke makam Sunan Kalijaga vi Kadilangu Demak berperan sebagai agen penyebar ilmu.⁶
3. Penelitian yang dilakukan oleh Rokhiyyah, dkk pada tahun 2017 yang diperiksa tentang peran wisata religi di Makam Sunan Gunung Jati dalam kehidupan Perekonomian Masyarakat Sekitar (Studi Kasus Desa Astana, Kecamatan Gunung) Jati Kabupaten Cirebon) dengan hasil penelitian didapatkan bahwa Obyek Wisata Religi Makam Sunan Gunung Jati memiliki 2 Kawasan Makam yaitu yang *pertama* adalah Makam Sunan Gunung Jati di Gunung Sembung, yang *kedua* yaitu Makam Syekh Dathul Kahfi di Gunung Jati. Sunan Gunung Jati atau Syarif Hidayatullah adalah salah satu dari sembilan penyebar Islam terkenal di Jawa, dikenal dengan Wali Sanga. Jadi sampai sekarang makamnya selalu dikunjungi banyak orang semua lebih itu

⁵Tiara Angraini Putri, 2019, *Strategi Pengembangan Objek Wisata Religi* (Studi Kasus Makam Dalem Santri Desa Kotaliman Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas).

⁶M.Fadlol, *Peranan Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif* (Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2015), h. 88.

daerah. Itu kedatangan dari pengunjung juga memiliki sebuah tujuan berbeda, sesuai dengan apa yang dia yakini. Ada beberapa acara Adat di Desa Astana antara lain: Ider-ideran, Muludan, Syawalan Gunung Jati, Adat Kliwonan. Warga sekitar makam Sunan Gunung Jati sebagian besar berprofesi sebagai pedagang yang menjual oleh-oleh sebagai suvenir suvenir, sebagai dengan baik sebagai penjualan makanan dan minuman. Di sana adalah bahkan menyediakan warung makan dan akomodasi untuk para peziarah datang dari jauh seperti dari luar daerah, yang harus menginap di penginapan. Dengan makam Sunan Gunung Jati memberikan pengaruh besar bagi masyarakat sekitar, berperan penting dalam kehidupan ekonomi masyarakat sekitar, antara lain: 1) Peningkatan Lapangan Kerja, 2) Kontribusi Pendapatan Pemerintah.⁷

4. Buku Sunan Kudus, Tentang Dampak Wisata Religi Kawasan Masjid Terhadap Lingkungan ekonomi dan sosial budaya penulis Marsono, Fahmi Prihantoro, Popi Irawan, dan Yulita Kusuma Sari dalam 2018
5. Buku Pariwisata Halal, tentang itu potensi dari Keagamaan Pariwisata di DKI Jakarta itu penulis, Sari Narulita, Humaidi, Rihlah Nur Aulia, Firdaus Wajdi, Umi Khumaeroh, Arip Suprasetio, dan Azry Arvah Hidayat Tahun 2019

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan penelitian pada penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui Eksistensi Wisata Religi Makam Imam Lapeo sebagai penggerak ekonomi kreatif di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar.

⁷Rokhiyyah, dkk, 2017, *Peranan Wisata Religi Makam Sunan Gunung Jati dalam Kehidupan Ekonomi Masyarakat Sekitar* (Studi Kasus Desa Astana Kecamatan Gunung Jati Kabupaten Cirebon).

2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi dan menghambat Wisata Religi Makam Imam Lapeo sebagai penggerak ekonomi kreatif di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar

Selain tujuan adapun kegunaan penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis

Bagi civitas akademika dapat dijadikan sebagai sarana untuk menambah dan mengembangkan khazanah ilmu ekonomi khususnya di bidang keuangan. ekonomi kreatif. Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan dasar pertimbangan ilmiah dan bahan yang dapat bermanfaat bagi bahan studi atau informasi untuk keagamaan turis, pengelola, ekonomis bisnis orang-orang kreatif dan akademik.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Penulis berharap bahwa penelitian akan meningkatkan pengetahuan, baik teori atau praktik.

- b. Bagi Pelaku Usaha

Diharapkan dapat menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi pemilik bisnis, serta panduan bagi pemilik bisnis yang ingin meningkatkan profitabilitas mereka.

- c. Bagi Lembaga Pemerintahan

Penulis berharap penelitian bermanfaat dalam membantu, meningkatkan semangat, dan memberikan informasi tentang kreativitas keagamaan dan ekonomi sepanjang perkembangannya.

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. *Tinjauan Umum tentang Pariwisata*

1. Pengertian Pariwisata

Secara etimologis wisata merupakan kata yang berasal dari bahasa sansekerta yang dalam bahasa Indonesia berarti perjalanan (travel). Namun, ada perbedaan medasar antara kata “wisata” dan “perjalanan”. Makna perjalanan adalah pergi dari satu tempat ke tempat lain, sedangkan kata wisata mengandung arti sebagai perjalanan ke suatu tempat yang didorong untuk memenuhi kebutuhan rekreatif atau untuk keperluan yang bersifat edukatif.⁸

Pemahaman wisata dapat dirumuskan sebagai perjalanan dan persinggahan yang dilakukan oleh manusia di luar tempat tinggalnya dengan motivasi atau tujuan tertentu, tetapi bukan untuk berpindah tempat tinggal atau menetap secara permanen di tempat yang dikunjungi tersebut. Kemudian, dua orang pakar kepariwisataan dari Swiss, yakni Prof. Hunkizer dan Prof. Krapf memberikan rumusan tentang kepariwisataan sebagai berikut; *“Tourism is the sum of fenomena and relationship arising from the travel and stay of nonresidents, in so far they do not lead to permanent residence and are not connected with any earning activity”*. Secara bebas bisa diterjemahkan sebagai berikut, “Kepariwisataan adalah keseluruhan gejala (fenomena) dan hubungan-hubungan yang ditimbulkan oleh perjalanan dan persinggahan manusia di luar tempat tinggalnya dengan maksud bukan untuk tinggal menetap di tempat yang disinggahinya dan tidak berkaitan dengan pekerjaan-pekerjaan yang menghasilkan upah”.⁹

Kepariwisataan juga bisa diartikan sebagai kegiatan yang berhubungan dengan membelanjakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang bersifat

⁸Masriani, *Peran Wisatawan dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kawasan Wisata Religi Makam Syekh Yusuf Kabupaten Gowa*, h. 26.

⁹Masriani, *Peran Wisatawan dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kawasan Wisata Religi Makam Syekh Yusuf Kabupaten Gowa*, h. 3.

konsumtif. Sebagai contoh adalah biaya transportasi, ongkos menginap, konsumsi, dan lainnya. Bukan kegiatan yang bersifat sebaliknya, yaitu mendatangkan uang. Sehingga, mereka yang melakukan perjalanan untuk bisnis atau pekerjaan meskipun mengandung unsur konsumtif tidak bisa dikategorikan sebagai kegiatan wisata. Lantaran, biaya yang dikeluarkan merupakan bagian dari pekerjaan yang mendatangkan uang.

Mengacu pada Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, ada beberapa definisi yang dibuat untuk memperjelas cakupan dalam dunia kepariwisataan. Pertama, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dengan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah untuk meningkatkan pendapatan disuatu daerah.¹⁰ Lalu, Kepariwisata adalah seluruh kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antar wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah daerah, dan pengusaha. Sedangkan Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.¹¹

2. Jenis pariwisata

Jenis-jenis pariwisata antara lain:

- a. Wisata budaya, melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk mempelajari adat-istiadat, budaya, tata cara kehidupan masyarakat dan kebiasaan yang terdapat didaerah atau negara yang dikunjungi.
- b. Wisata komersial, adalah mereka yang melakukan perjalanan dengan tujuan yang bersifat komersial atau dagang.
- c. Wisata industri, perjalanan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa untuk berkunjung ke suatu industri guna mempelajari industri tersebut.

¹⁰Oka A.Yoeti, *Ekonomi Pariwisata* (Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2008), h. 15.

¹¹Nirwandar Sapta, *Building Indonesia WOW Indonesia Tourism and Creative Industry*, h.73-74.

- d. Wisata Pilgrim atau wisata religi, jenis wisata ini dikaitkan dengan agama, kepercayaan maupun adat istiadat dalam masyarakat. Istiadat dalam masyarakat. Wisata pilgrim ini dilakukan baik perseorangan maupun rombongan. Berkunjung ke tempat-tempat suci, 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 Walisongo, dan lain-lain.

Adapun beberapa jenis wisata religi:

1. Wisata makam Imam Lapeo, melakukan ziarah kubur ke makam Imam Lapeo dengan tujuan mengharapkan karomah.
2. Wisata Masjid Nuruttaubah Lapeo, melakukan ibadah dengan tujuan mengharapkan amal ibadah.
3. Wisata Masjid Salabose, mengunjungi Masjid Salabose, dengan tujuan mengetahui situs peninggalan sejarah yang terdapat pada Masjid Salabose.
4. Wisata Makam Syekh Abdurrahim Kamaluddin di pulau Tosalama, melakukan ziarah kubur ke makam beliau dengan tujuan mengharapkan karomah.¹²

3. Motivasi Orang Melakukan Pariwisata

Faktor-Faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan berwisata dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yakni:

1. Faktor-Faktor Irasional (Dorongan Bawah Sadar)

Yang dimaksud faktor-faktor irasional adalah sebagai berikut:

- a. Lingkup pergaulan dan ikatan-ikatan keluarga.
- b. Tingkah laku prestise.
- c. Tiruan dan mode.
- d. Pengalaman pribadi (dalam pola tingkah laku).
- e. Perasaan-perasaan keagamaan.
- f. Hubungan masyarakat dan promosi pariwisata.
- g. Iklan dan penyebaran informasi pariwisata.

¹²A. Hari Karyano, *Kepariwisataan* (Jakarta: Grasindo, 1997), h. 17-19.

- h. Kondisi ekonomi (faktor pendapatan dan biaya).
2. Faktor-Faktor Rasional (Dorongan Yang Disadari)
- Yang dimaksud faktor rasional adalah sebagai berikut:
- a. Sumber-sumber wisata (asset wisata): alam, panorama, warisan budaya, perayaan-perayaan sosial.
 - b. Fasilitas wisata (pengorganisasian industri pariwisata di dalam negara tersebut, transportasi).
 - c. Fasilitas wisata (prosedur kunjungan, bea cukai, dan lain-lain).
 - d. Kondisi lingkungan (sikap masyarakat setempat terhadap orang asing, keramahmatan, dan sikap mudah bergaul).
 - e. Susunan kependudukan (umur, jenis kelamin dan urbanisasi).
 - f. Situasi politik (kestabilannya, tingkat kebebasan warganya).
 - g. Keadaan geografis (jarak dari negara pasaran sumber wisatawan, keindahan panorama, dan lain-lain).¹³

B. Tinjauan Umum tentang Wisata Religi

1. Pengertian Wisata Religi

Wisata Religi atau yang dikenal dengan istilah *pilgrimage* menurut Turner and Turner dalam bukunya *Tourism: An Introduction* didefinisikan sebagai “*Journeys away from the everyday, mundane world of work and home to specific sacred sites formalised, recognized, and maintained by major religions*” . “*Perjalanan jauh dari sehari-hari, dunia fana kerja dan rumah untuk situs suci tertentu yang diformalkan , diakui, dan dikelola oleh agama-agama besar*”.¹⁴

Fasilitas Wisata Religi merupakan fasilitas yang digunakan untuk menunjang keberadaan wisata religi. Teori yang digunakan untuk menentukan fasilitas wisata religi yaitu mengkombinasikan antara fasilitas wisata, fasilitas perkotaan, dan fasilitas dari wisata religi yang sejenis. Fasilitas wisata adalah sumber daya alam

¹³M.Fadlol, *Peranan Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif*, h. 26.

¹⁴Emiria Callista, Heru Purboyo Hidayat Putro, “*Penilaian Wisatawan dan Masyarakat Terhadap Fasilitas Wisata Religi KH. Abdurrahman Wahid*”, *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota B SAPPK V3N1, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan ITB*, h. 6.

dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata¹⁵

Fasilitas wisata terdiri dari sarana pokok kepariwisataan, sarana pelengkap kepariwisataan, dan sarana penunjang kepariwisataan. Teori Fasilitas Perkotaan diambil dari SNI 03-1733-2004 tentang Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan di Perkotaan. Penelitian sejenis diutamakan dari wisata religi sejenis yang terdapat di pulau Jawa, meskipun terdapat beberapa wisata religi yang berada dari luar negeri.¹⁶

2. Wisata Religi sebagai Penggerak Ekonomi dan Spiritual

Wisata religi jangan sampai hanya menjadi aktivitas yang berdimensi rekreatif maupun semata-mata berdimensi ekonomis dan berorientasi profit saja bagi para penyelenggara jasa wisata. Wisata religi harus menjadi medium bagi pemunculan kesadaran terhadap penghargaan setiap khasanah budaya dan sejarah. Karena obyek daerah tujuan wisata sesungguhnya memuat banyak pesan kearifan maupun pelajaran yang berharga yang bisa memberi banyak kontribusi bagi upaya mewujudkan hidup untuk lebih beradab. Namun kita menyaksikan kecenderungan-kecenderungan yang muncul dalam dunia wisata yang kurang memberi ruang bagi munculnya apresiasi dan internalisasi kearifan dan nilai yang terkandung dalam objek-objek wisata baik berupa alam, sejarah maupun kebudayaan.

Ada dua model bentuk dan kecenderungan dalam dunia wisata yang kita cermati, *pertama*, model wisata konvensional yang biasa dilakukan masyarakat luas dengan kecenderungan semata mengapresiasi aspek-aspek fisik dari obyek wisata dan cenderung *glamour*, tanpa memiliki visi yang jelas dan kurang berdampak bagi pengkayaan penghayatan spiritual. *Kedua*, model wisata tradisional yang biasanya kurang didasarkan atas pemahaman yang utuh atas obyek wisata, lebih menitik beratkan terhadap penghargaan akan berkah (tabarrukan) serta kurang memberi ruang bagi pemahaman dan penghayatan secara rasional terhadap khasanah sejarah dan kebudayaan.

¹⁵Gamal Suwanto, *Dasar-dasar Pariwisata* (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), h. 50.

¹⁶Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Bandung: Penerbit Angkasa, 1990), h. 53.

Wisata religi sebagai bagian dari aktivitas dakwah harus mampu menawarkan wisata baik pada obyek daerah tujuan wisata bernuansa agama maupun umum, mampu menggugah kesadaran masyarakat akan kemahakuasaan Allah SWT dan kesadaran agama. Wisata harus dikembangkan tidak sekadar sebagai pendukung relaksasi psikologis, namun obyek wisata harus dikelola juga dalam rangka relaksasi psikologis sekaligus spiritual. Itulah sebabnya langkah-langkah berikut menjadi penting dipertimbangkan:

1. Menjalin hubungan dengan berbagai elemen pengelola wisata seperti dinas pariwisata dan pemerintah desa maupun kabupaten.
2. Melakukan kajian-kajian tentang obyek daerah tujuan wisata dan pengelolaannya
3. Mengadakan penelitian-penelitian terhadap obyek daerah tujuan wisata dan wisatawan.
4. Memberikan muatan-muatan budaya dan nilai-nilai agama ke obyek daerah tujuan wisata.
5. Mahasiswa harus optimis dan kreatif, menjalin hubungan dengan elemen-elemen pariwisata.¹⁷

3. Wisata Religi dalam Perspektif Hukum Islam

Biasanya wisata religi disebut juga wisata ziarah. Ziarah merupakan berkunjung ke tempat suci atau tempat bersejarah seperti kota Mekah, Madinah atau tempat lainnya seperti tempat para ulama yang telah tiada. Pada masa awal Islam, Rasulullah SAW memang melarang umat Islam untuk melakukan ziarah kubur.¹⁸ Hal ini dimaksudkan untuk menjaga aqidah umat Islam. Rasulullah SAW khawatir kalau ziarah kubur diperbolehkan, umat Islam akan menjadi penyembah kuburan. Setelah akidah umat Islam kuat dan tidak ada kekhawatiran untuk berbuat syirik, Rasulullah SAW membolehkan para sahabatnya untuk melakukan ziarah kubur. Karena ziarah kubur dapat membantu umat Islam untuk mengingat saat kematiannya.

¹⁷Anasom, “*Wisata Religi Sebagai Alternatif Kegiatan Dakwah Masyarakat Modern*”, Jurnal Dinamika Islam dan Budaya Jawa Edisi 17, Januari-Juni 2009, Pusat Pengkajian Islam dan Budaya Jawa (PPIBJ) h. 58-60.

¹⁸M.Fadlol, *Peranan Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif*, h. 3.

Dalil-dalil tentang ziarah kubur :

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : نَهَيْتُكُمْ عَنْ زِيَارَةِ الْقُبُورِ فَزُورُوهَا

Artinya, “Rasulallah SAW bersabda: Dahulu aku telah melarang kalian berziarah ke kubur. Namun sekarang, berziarahlah kalian ke sana”. (H.R. Muslim)

19

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : اسْتَأْذَنْتُ رَبِّي أَنْ أَسْتَغْفِرَ لِأُمَّي ، فَلَمْ يَأْذَنْ لِي ، وَاسْتَأْذَنْتُهُ أَنْ أَزُورَ قَبْرَهَا فَأَذِنَ لِي

“Dari Abu Hurairah r.a. Berkata, Rasulullah s.a.w. bersabda: Aku meminta ijin kepada Allah untuk memintakan ampunan bagi ibuku, tetapi Allah tidak mengijinkan. Kemudian aku meminta ijin kepada Allah untuk berziarah ke makam ibuku, lalu Allah mengijinkanku”. (H.R. Muslim)²⁰.

Dalam bukunya KH. M. Hanif Muslih yang berjudul *Keshahihan Dalil Ziarah Kubur Menurut Al-Qur'an dan AlHadist* menyebutkan bahwa, Itulah sebabnya Imam Abu Hamid Al-Ghozali dalam kitab *Ihya' Ulumuddin* menggolongkan bepergian untuk ziarah ke kubur para nabi, sahabat, tabi'in, para ulama" dan *auliya' as-shalihin*, sebagai bepergian untuk tujuan ibadah, demikian beliau menjelaskan: “Dan termasuk kategori bepergian untuk tujuan ibadah adalah ziarah kubur para nabi, sahabat, tabi'in, dan semua ulama“, auliya“ (para wali) dan setiap orang yang ketika hidupnya di minta berkahnya karena tanda-tanda keramatnya, ia diminta pula berkahnya sesudah meninggal, dengan menziarahi kuburnya setelah wafat”.

KH. M. Hanif Muslih dalam bukunya juga menyebutkan bahwa, selain Imam Abu Hamid Al-Ghozali, ada beberapa pendapat ulama salaf mengenai ziarah kubur, diantaranya adalah pendapat Imam Nawawi. Al-Imam AnNawawi dalam hal ziarah kubur Rasulullah, dalam kitabnya *Al-Idhahnya* menjelaskan demikian:

¹⁹HR. Muslim No. (2001;4) Mari Ziarah Buku Karya Andurrahman Misno BP.

“Pertama: Orang yang haji dan umrah apabila telah selesai ibadahnya dari Mekkah, maka pergilah ke Madinah kota Rasulullah untuk ziarah ke makamnya, karena ziarah itu termasuk amal yang paling penting untuk mendekatkan diri dan yang paling dapat menyelamatkan jalan. Imam Al-Bazzar dan Ad-Daruquthni dengan isnadnya meriwayatkan dari Abdullah Ibnu Umar, beliau berkata: bersabda Rasulullah saw: “barang siapa ziarah ke kuburku, maka wajib baginya syafa‘atku”. Kedua: “disunahkan bagi peziarah untuk berniat ziarah kepada Rasulullah dalam rangka mendekatkan diri kepada Allah dengan bepergian ke masjidnya dan sholat di dalamnya”.

Sementara itu untuk hukum ziarah ke kubur para ulama“, beliau menjelaskannya bahwa “Disunahkan untuk memperbanyak ziarah dan utamanya kubur para ulama“ *ahlil khair* dan *fadhhol* (para ulama“ dan para wali).²¹

C. Tinjauan Umum tentang Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif pada hakikatnya kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berfikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda sehingga memiliki nilai.²² Ekonomi kreatif atau di negara lain seperti Inggris dan Australia disebut dengan istilah industri kreatif, populer sejak Inggris mendirikan *Creative Industries Task Force* pada tahun 1997 di bawah *Department of Culture, Media, and Sport* (DCMS) *United Kingdom* (Inggris). Hingga hari ini, ekonomi kreatif berarti sudah berumur hampir dua dekade. Definisi Industri Kreatif yang saat ini banyak digunakan oleh pihak yang berkecimpung dalam industri kreatif, adalah definisi berdasarkan *UK DCMS Task force* 1998:

"Creative Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content" ²³

²¹KH. M. Hanif Muslih, *Kesahihan Dalil Ziarah Kubur Menurut Al-Qur'an dan Al-Hadist* (Semarang: Karya Toha Putra, 1998), h. 87-89.

²²Suryana, *Ekonomi Kreatif* (Bandung: Salemba Empat, 2012), h. 35.

²³M.Fadlol, *Peranan Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif*, h. 3.

Menurut Pangestu (2008), Studi pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007 pun menggunakan acuan definisi industri kreatif yang sama, sehingga industri kreatif di Indonesia dapat didefinisikan sebagai "Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut".²⁴

Ekonomi kreatif merupakan pengembangan ekonomi berdasarkan pada keterampilan, kreativitas, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis, sehingga berdasar pada pengembangan ide dalam menghasilkan nilai tambahnya.²⁵

2. Subsektor Ekonomi Kreatif

Studi pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan RI pada Tahun 2007 juga memakai acuan definisi industri kreatif yang sama, sehingga industri kreatif di Indonesia dapat didefinisikan sebagai industri yang dalam operasionalnya sangat dominan mensinergikan pemanfaatan kreativitas, ketrampilan dan bakat individu dan kelompok melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya inovasi.

Eksistensi wisata religi makam Imam Lapeo dapat terjaga jika pemerintah dan pengelola tempat wisata mampu melihat peluang pada pemanfaatan ekonomi kreatif. Pengembangan ekonomi kreatif dipengaruhi oleh beberapa subsektor yang menjadi penopang keberhasilan. Adapun subsektor yang merupakan bagian dari industri berbasis kreativitas adalah:

a. Periklanan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan meliputi proses kreasi, produksi, dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya: riset pasar, perencanaan iklan, iklan ruang luar, produksi material iklan, kampanye relasi publik, promosi, tampilan iklan di media cetak dan elektronik, pemasangan

²⁴Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009- 2025* (Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008), h. 4.

²⁵LEMHANNAS RI, (Jurnal: 2014), h. 4-5.

berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur, dan reklame sejenis, distribusi dan *delivery advertising materials* atau *samples*, serta sewaan kolom iklan.

b. Arsitektur

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi secara menyeluruh dari level makro sampai ke level mikro (misalnya: arsitektur taman, desain interior, dan lainnya).

c. Desain

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, pembuatan produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

d. Pasar Barang Seni

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik, dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet, misalnya: alat musik, percetakan, kerajinan, *automobile*, film, seni rupa, dan lukisan.

e. Kerajinan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin mulai dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi), kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan ini umumnya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi *massal*).

f. Musik

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.

g. Pakaian

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk pakaian, serta distribusi produk pakaian.²⁶

h. Permainan Interaktif

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata, tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi seperti video dokumenter atau video produksi.²⁷

i. Video, Film, dan Fotografi

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, *dubbing* film, sinematografi, sinetron, dan eksibisi film.

j. Seni Pertunjukan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan (misal: pertunjukan balet, tari-tarian, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik), desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan,

k. Layanan Komputer dan Piranti Lunak

Kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan *database*, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan keras, serta desain portal termasuk perawatannya.

l. Riset dan Pengembangan

Kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk

²⁶M.Fadlol, *Peranan Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif*, h. 3.

²⁷Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h. 231.

perbaiki produk dan kreasi produk baru, prose baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar; termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni; serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.

m. Penerbitan dan Percetakan

Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi surat saham, surat berharga lainnya, *passport*, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.²⁸

n. Televisi dan Radio

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti *games*, kuis, *reality show*, *infotainment*, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan *station relay* (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.²⁹

3. Komponen Utama dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif yang di dalamnya terdapat industri kreatif memiliki daya tawar yang tinggi di dalam ekonomi berkelanjutan karena individu-individunya memiliki modal kreativitas (*creative capital*) yang mereka pergunakan untuk menciptakan inovasi-inovasi. Kekuatan bangunan industri kreatif tersebut sangat ditentukan oleh kolaborasi tiga aktor utamanya, yaitu cendekiawan (*intellectuals*), bisnis (*business*) dan pemerintah (*government*) yang kemudian disebut dengan sistem *triple helix*. Ketiga aktor itu merupakan penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif.

Teori tersebut awalnya dipopulerkan oleh Henry Etzkowitz dan Loet Leydesdorff. *Triple helix* diartikan sebagai metode pembangunan kebijakan yang berbasis inovasi. Di Indonesia dikenal dengan konsep ABG (Akademisi, Bisnis,

²⁸*Ibid.*

²⁹*Ibid.*

dan Government) atau IBG (*Intellectual, Business, dan Government*), dengan tujuan pembangunan ekonomi berkelanjutan berbasis pengetahuan.³⁰

Sedangkan menurut Moelyono (2010), Adapun yang dimaksud dengan faktor penggerak disini adalah aspek-aspek, kondisi, dan mekanisme yang dianggap sebagai variabel utama penentu keberhasilan pengembangan industri kreatif. Faktor utama ini merupakan faktor penting untuk membentuk pondasi dan pilar industri kreatif yang kokoh.³¹

Tugas masing-masing pemegang kepentingan ekonomi kreatif dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Peran Cendekiawan (*Intellectuals*)

Cendekiawan adalah orang-orang yang memiliki perhatian besar dalam mencari dan mengolah seni, ilmu pengetahuan atas renungan metafisika, dan bukan hendak mencari tujuan-tujuan praktis, serta para moralis yang dalam sikap pandang dan kegiatannya merupakan perlawanan terhadap realisme massa. Mereka adalah para ilmuwan, filsuf, seniman, ahli metafisika yang menemukan kepuasan dalam penerapan ilmu (bukan dalam penerapan hasil-hasilnya).³²

Dari definisi diatas, kecendekiawanan itu juga ditentukan dari keinginan menerapkan ilmu dan menularkannya. Dalam konteks industri kreatif, cendekiawan mencakup budayawan, seniman, punakawan, begawan, para pendidik, di lembagalembaga pendidikan, para pelopor di paguyuban, padepokan, sanggar budaya dan seni, individu atau kelompok studi dan peneliti, penulis, dan tokoh-tokoh lainnya di bidang seni, budaya (nilai, filsafat) dan ilmu pengetahuan yang terkait dengan pengembangan industri kreatif.

Sebagaimana diketahui bahwa landasan industri kreatif adalah sumber daya insani sehingga mereka dapat dikenali dari salah satu anggota pekerja berstrata inti super kreatif, yakni pekerjaan dari para cendekiawan. Cendekiawan memiliki kapasitas yang sangat besar dalam memperkuat basis-basis formal dan informal dari

³⁰Suryana, *Ekonomi Kreatif; Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 53.

³¹Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h. 237.

³²Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), h. 238.

inovasi, dan memiliki kemampuan untuk mematangkan konsep-konsep inovasi dan juga memiliki kapasitas mendiseminasi informasi dengan jejaring di dunia internasional.

Cendekiawan disini memiliki peran sebagai agen yang menyebarkan dan mengimplementasikan ilmu pengetahuan, seni dan teknologi, serta sebagai agen yang membentuk nilai-nilai yang konstruktif bagi pengembangan industri kreatif dalam masyarakat. Akademisi sebagai bagian dari komunitas cendekiawan di dalam lembaga pendidikan tinggi dan lembaga penelitian, memiliki peranan yang sangat besar dalam mengembangkan industri kreatif. Kontribusi akademi tersebut dapat dijabarkan dalam tiga bentuk peranan, seperti juga yang termuat dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu: 1) peran pendidikan ditujukan untuk mendorong lahirnya generasi kreatif Indonesia dengan pola pikir yang mendukung tumbuhnya karsa dan karya dalam industri kreatif; 2) peran penelitian dilakukan untuk memberi masukan tentang model kebijakan pengembangan industri kreatif dan instrumen yang dibutuhkan, serta menghasilkan teknologi yang mendukung cara kerja dan penggunaan sumber daya yang efisien dan menjadikan industri kreatif nasional yang kompetitif; dan 3) peran pengabdian masyarakat dilakukan untuk membentuk masyarakat dengan institusi/tatanan sosial yang mendukung tumbuh suburnya industri kreatif nasional.³³

Menjalankan perannya secara aktif, cendekiawan dituntut untuk memiliki semangat disipliner dan eksperimental tinggi, menghargai pendapat yang bersebrangan (empati dan etika), mampu memecahkan masalah secara kreatif, menjalankan observasi yang bersifat lintas sektoral, menggunakan teknologi ICT dengan fasih, menjadi anggota forum pengkayaan ilmu pengetahuan dan seni baik secara nasional maupun internasional, formal, maupun nonformal.

2. Peran Bisnis (*Business*)

Dari perspektif ekonomi, bisnis adalah suatu entitas organisasi yang dikenali secara legal, dan sengaja diciptakan untuk menyediakan barang-barang, baik berupa produk maupun jasa kepada konsumen. Bisnis pada umumnya dimiliki oleh

³³Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, h. 239.

swasta dan dibentuk untuk menghasilkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya.³⁴

Para pemilik dan pengelola bisnis bertujuan memperoleh keuntungan finansial sebagai hasil kerjanya dan tantangan risiko yang mereka hadapi. Tata kelola bisnis diatur oleh hukum di suatu negara di mana bisnis itu beroperasi. Bentuk-bentuk bisnis adalah: kepemilikan tunggal, kemitraan, korporasi, dan koperasi. Bisnis bisa berbasis manufaktur, jasa, eceran, dan distribusi, pertanian, mineral, finansial, informasi, real estate, transportasi, dan *utility* seperti listrik, pengairan, yang biasanya terkait dengan badan-badan pemerintahan.

Dari perspektif organisasi, bisnis memiliki pengelompokan pekerjaan seperti pemasaran, penjualan, produksi, teknologi, informasi, riset, dan pengembangan. Manajemen berfungsi menerapkan operasional yang efisien dan efektif terhadap suatu bisnis. Pada saat tertentu, bisnis juga membutuhkan modal tambahan, yang didapat dari pinjaman bank atau pinjaman informal atau investor baru. Bisnis juga harus dilengkapi dengan proteksi agar menghalangi kompetitor untuk menyaingi bisnis tersebut. proteksi bisa dalam bentuk HKI yang terdiri dari paten, hak cipta, merek dagang, dan desain.

Setiap bisnis pasti memiliki nama, logo, dan teknik pencitraan. Karena aspek kompetisi maka bisnis perlu mendaftarkan HKI di setiap daerah atau negara di mana terdapat kompetitor-kompetitor. Banyak negara telah menandatangani perjanjian internasional tentang HKI, dan setiap perusahaan yang terdaftar di negara ini harus menaati hukum negara yang telah terikat dengan perjanjian internasional ini. Bisnis bisa juga dijual dan dibeli. Pemilik bisnis menyebut ini sebagai *exit-plan*.³⁵

Aktor bisnis adalah para pelaku bisnis, investor dan pencipta teknologi baru, serta juga merupakan konsumen industri kreatif. Mereka juga perlu mempertimbangkan dan mendukung keberlangsungan industri kreatif dalam setiap peran yang dilakoninya. Misalnya melalui prioritas penggunaan input antara

³⁴*Ibid.*

³⁵M.Fadlol, *Peranan Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif*, h. 5.

industri kreatif domestik, seperti jasa-jasa industri kreatif dalam riset, iklan, dan lain-lain. Peran bisnis dalam pengembangan industri kreatif ini adalah:

- a. Pencipta, yaitu sebagai *center of excellence* dari kreator produk dan jasa kreatif, pasar baru yang dapat menyerap produk dan jasa yang dihasilkan, serta pencipta lapangan pekerjaan bagi individu-individu kreatif ataupun individu pendukung lainnya.
- b. Pembentuk komunitas dan *entreprenur* kreatif, yaitu sebagai motor yang membentuk ruang publik tempat terjadinya *sharing* pemikiran, *mentoring* yang dapat mengasah kreativitas dalam melakukan bisnis di industri kreatif, *business coaching* atau pelatihan manajemen pengelolaan bisnis di industri kreatif.

Pelaku bisnis dituntut untuk menggunakan kemampuan konseptual yang tinggi, mampu menciptakan variasi baru berupa produk dan jasa, mahir berorganisasi, bekerja sama, berdiplomasi (semangat kolaborasi dan orkestrasi), tabah menghadapi kegagalan yang dialami, menguasai konteks teknis dan perencanaan finansial.

3. Peran Pemerintah (*Government*)

Dalam konteks pengembangan industri kreatif, pemerintah didefinisikan sebagai sebuah organisasi yang memiliki otoritas untuk mengelola suatu negara. Dengan otoritas itu, pemerintah memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan hukum serta undang-undang di wilayah tertentu. Pemerintah yang dimaksud dalam hal ini adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterkaitan dalam substansi, maupun keterkaitan administrasi. Pemerintah pusat meliputi departemen-departemen dan badan-badan. Pemerintah daerah meliputi pemerintah daerah provinsi, pemerintah daerah kabupaten dan pemerintah kota, sampai kepada hierarki terendah dalam pemerintah tersebut.³⁶

Sinergi antar departemen dan badan di pemerintah pusat, dan sinergi antara pemerintah pusat dan daerah, sangat diperlukan untuk dapat mencapai visi, misi dan sasaran pengembangan industri kreatif. Hal ini disebabkan karena

³⁶Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, h. 240.

pengembangan industri kreatif bukan hanya pembangunan industri, tetapi juga meliputi pembangunan ideologi, politik, sosial dan budaya. Keterlibatan pemerintah setidaknya dilatari oleh beberapa hal berikut:³⁷

a. Kegagalan Pasar (*Market Failure*)

Dari berbagai literatur ekonomi, diketahui bahwa kegagalan pasar pada umumnya disebabkan oleh:

- 1) Monopoli, yaitu penyalahgunaan kekuasaan pasar di mana produsen atau penjual bisa memberi pengaruh signifikan terhadap keluaran atau harga penyalahgunaan kekuasaan pasar bisa dikurangi dengan menggunakan undang-undang *anti-trust*. Peraturan melawan kebiasaan dagang yang merendahkan pasangan dianggap tidak adil.
- 2) Eksternalitas, yaitu kegiatan agen-agen ekonomi yang bisa memengaruhi aktivitas agen-agen ekonomi lainnya tanpa direfleksikan dalam transaksi-transaksi pasar. Eksternalitas dalam bentuknya bisa dilihat dari dampak yang ditimbulkan, sehingga eksternalitas bisa bersifat positif atau negatif. Eksternalitas positif terjadi dalam kasus seperti penayangan program sehat keluarga di televisi yang dapat meningkatkan kesehatan publik. Eksternalitas negatif terjadi ketika proses dalam perusahaan menimbulkan pencemaran lingkungan, seperti polusi udara atau saluran air. Eksternalitas negatif dapat dikurangi dengan regulasi pemerintah, pajak, atau subsidi atau dengan menggunakan hak properti untuk memaksa perusahaan atau perorangan untuk menerima akibat dari usaha ekonomi mereka pada taraf yang seharusnya. Hubungan tersebut perlu dipahami bahwa setiap kegiatan yang mempengaruhi *well-being* orang lain kemudian dapat disebut sebagai eksternalitas, sebab boleh jadi, aktivitas-aktivitas itu dampaknya direfleksikan oleh harga-harga di pasar, sehingga aktivitas tersebut tidak murni eksternalitasnya. Dalam hal ini, aktivitas-aktivitas menimbulkan polusi udara atau saluran air sebagaimana dicontohkan akan lebih tepat disebut sebagai *technological externalities* karena dampaknya tidak direfleksikan pada harga-harga atau transaksi di pasar.

³⁷Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, h. 241.

- 3) Barang publik seperti ruang terbuka publik atau gedung publik. Untuk menyediakan penawaran yang baik dari barang publik, negara biasanya menggunakan pajak-pajak yang mengharuskan semua penduduk untuk membayar pada barang publik tersebut.
- 4) Informasi asimetris dan tidak efisien atau ketidakpastian yang sangat tinggi. Informasi asimetris terjadi ketika salah satu pihak dari sebuah transaksi memiliki informasi yang lebih banyak dan lebih baik dari pihak yang lain.³⁸

b. Mobilisasi dan Alokasi Sumber Daya

Kelangkaan sumber daya, baik yang alamiah akibat kondisi geografis, maupun kelangkaan artifisial yang diciptakan monopolis, merupakan salah satu kendala perekonomian yang dapat mengakibatkan aktivitas ekonomi menjadi tidak efisien dan pada akhirnya mengurangi kesejahteraan masyarakat. Pemerintahlah yang paling tepat mengatasi permasalahan ini, agar tercapai mobilisasi sumber daya yang cepat dan alokasi sumber daya yang efisien. Mobilisasi dan alokasi sumber daya ini kualitasnya akan sangat ditentukan oleh mutu dan kemampuan sumber daya insani sebagai aktornya.

c. Dampak Psikologis dan Dampak terhadap Sikap/Perilaku

Pembangunan yang berhasil adalah pembangunan yang diikuti oleh meningkatnya kualitas hidup yang lebih baik dan masyarakat. Pertumbuhan ekonomi tinggi, namun diikuti dengan tingkat kejahatan tinggi, tingkat perceraian tinggi, konflik dan saling tidak percaya antarsubsektor tinggi, bukanlah pembangunan yang berhasil. Memang, pasar tidak memberi perhatian pada aspek psikologis, sikap dan perilaku masyarakat, karena itu pemerintah perlu melakukan campur tangan

d. Pemerataan pembangunan

Sejatinya, pembangunan adalah sebuah proses perubahan yang digerakkan oleh, dari, dan untuk masyarakat. Dalam hal ini masyarakat adalah seluruh masyarakat Indonesia. Tujuannya jelas, yaitu mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur. Untuk menyelenggarakan keadilan bagi masyarakat tanpa

³⁸Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, h. 239.

melihat suku, agama, status sosial, status ekonomi adalah menjadi tugas pemerintah. Keadilanlah yang dapat menyebabkan kemakmuran, karena keadilan akan menyebabkan partisipasi masyarakat.³⁹

Untuk itu diperlukan sebuah kolaborasi yang padu antara aktor-aktor tersebut, agar pengembangan industri kreatif berjalan selaras, efisien dan tidak saling tumpang-tindih. Hal ini penting dilakukan karena setiap aktor memiliki peran yang signifikan, dan mereka memerlukan kontribusi dari aktor lainnya. Bentuk kolaborasi tersebut merupakan langkah awal yang perlu dirumuskan. Langkah ini dapat ditempuh dengan mekanisme koordinasi yang baik atau melalui sebuah badan nasional untuk pengembangan industri kreatif yang melibatkan ketiga aktor tersebut. Mengenai bentuk dan struktur dari badan tersebut perlu disesuaikan dengan peraturan perundang-undangan, realitas politik yang ada, dan dapat berupa badan pemerintah yang diawali dengan pembentukan sebuah tim nasional atau komite nasional (KOMNAS). Kolaborasi ini dapat diawali dengan sebuah *pilot project* dalam suatu sektor atau agenda khusus. Pengalaman dunia baik antarsesama tetangga negara berkembang maupun negara maju menunjukkan bahwa sebuah badan yang lintas sektor, atau paling tidak lintas instansi, seperti di atas berperan penting untuk mengakselerasi pengembangan industri kreatif dan sasaran-sasaran tertentu yang ingin dicapai manakala diterjemahkan terlebih dahulu ke dalam rencana aksi yang diperlukan pada lingkup masing-masing instansi.⁴⁰

Keterlibatan pemerintah dalam pembangunan industri kreatif sangat dibutuhkan terutama melalui pengelolaan otonomi daerah yang baik, penegakan demokrasi, dengan prinsip-prinsip *good governance*. Ketiganya bukan merupakan hal yang baru, karena memang sudah menjadi agenda utama reformasi. Jika berhasil dengan baik, ketiganya merupakan kondisi positif bagi pembangunan industri kreatif. Para ahli meyakini bahwa kemajuan pembangunan industri kreatif sangat dipengaruhi oleh lokasi/*place*, dan toleransi atau pola pikir kreatif. Sementara prinsip-prinsip *good governance*, partisipasi, penegakan hukum, transparansi,

³⁹*Ibid.*

⁴⁰M.Fadlol, *Peranan Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif*, h. 7.

responsiveness, *equity*, visi strategis, efektivitas dan efisiensi, profesionalisme, akuntabilitas, dan supervisi, adalah prinsip-prinsip pengelolaan di mana industri kreatif bisa tumbuh.

Dalam hal ini pemerintah harus memiliki kepekaan dan apresiasi terhadap aspirasi rakyat. Memahami bahwa di dalam membangun insan Indonesia yang cerdas tidak dapat dijalankan hanya dalam jangka pendek, karena pembangunan kecerdasan berarti ada proses pemuliaan, pembelajaran dan pengayaan. Mengejar hasil akhir dalam jangka pendek tanpa dilandasi pembangunan pilar yang kuat akan membuat struktur ekonomi yang lemah dan tidak berkelanjutan. Untuk itu aktor pemerintah harus dapat menempatkan birokrasi secara proporsional, transparan dengan semangat mencapai interaksi yang seajar. Peran utama pemerintah dalam pengembangan industri kreatif yang terealisasi adalah:

- 1) Katalisator, fasilitator dan advokasi yang memberi rangsangan, tantangan, dan dorongan, agar ide-ide bisnis bergerak ke tingkat kompensasi yang lebih tinggi. Tidak selamanya dukungan itu harus berupa bantuan finansial, insentif ataupun proteksi, tetapi dapat juga berupa komitmen pemerintah untuk menggunakan kekuatan politiknya secara proporsional dan dengan memberikan pelayanan administrasi publik dengan baik.
- 2) Regulator sebagai pihak yang menghasilkan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan masyarakat, industri, institusi, intermediasi, sumber daya dan teknologi seharusnya dapat mempercepat proses perkembangan industri kreatif jika pemerintah mampu membuat kebijakan-kebijakan yang menciptakan iklim bisnis yang kondusif bagi industri kreatif. Pemerintah juga harus mengatur bahwa kebijakan yang telah dikeluarkan dijalankan dengan baik.
- 3) Konsumen, investor bahkan *entrepreneur*. Pemerintah sebagai investor harus dapat memberdayakan aset negara agar menjadi lebih produktif dalam lingkup industri kreatif dan bertanggung jawab terhadap investasi infrastruktur industri. Sebagai konsumen, pemerintah perlu merevitalisasi kebijakan *procurement* yang dimiliki, dengan prioritas penggunaan produk-produk kreatif. Sebagai

entrepreneur, pemerintah secara tidak langsung memiliki otoritas terhadap badan usaha milik pemerintah (BUMN).⁴¹

- 4) *Urban planner*, kreativitas akan tumbuh dengan subur di kota-kota yang memiliki iklim kreatif. Agar pengembangan industri kreatif ini berjalan dengan baik, maka perlu diciptakan kota-kota kreatif di Indonesia. Pemerintah memiliki peran sentral dalam penciptaan kota kreatif yang mampu mengonsentrasikan dan mengakumulasi energi dari individu-individu kreatif menjadi magnet yang menarik minat individu/perusahaan untuk membuka bisnis di Indonesia. Ini bisa terjadi karena individu/perusahaan tersebut merasa yakin bisa berinvestasi secara serius (jangka panjang) di kotakota itu, karena melihat adanya potensi SDM yang berpengetahuan tinggi yang bersirkulasi aktif di daerah itu.⁴²

4. Ekonomi Kreatif Perspektif Hukum Islam

Ekonomi kreatif sebenarnya membawa angin segar pada peradaban manusia, dan khususnya tentang masa depan peradamaian dunia. Ekonomi kreatif memungkinkan suatu proses bisnis pada suatu sumber yang tak terbatas dan jauh dari kelangkaan (*scarcity*). Soal kelangkaan sumber-sumber ekonomi ini telah menjejali teori dan paradigma ekonomi selama berabad-abad yang hasilnya ialah perebutan sumber-sumber ekonomi antar negara dan antar manusia yang akibatnya ialah terjadinya konflik dan peperangan.⁴³

Hal itu karena manusia memandang, sumber utama ekonomi adalah hasil alam seperti energi fosil dan barang tambang, ternyata belakangan semakin disadari bahwa hasil alam tidak akan berguna apa-apa jika tidak ditunjang oleh peranan kreativitas dan inovasi hasil akal manusia. Maka, yang menjadi sumber ekonomi sebenarnya adalah kreativitas akal itu sendiri yang berarti terletak pada manusia itu. Sayangnya, di Indonesia paradigma yang memandang sumber utama ekonomi

⁴¹M.Fadlol, *Peranan Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif*, h. 8.

⁴²*Ibid.*

⁴³M.Fadlol, *Peranan Wisata Religi Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif*, h. 9.

terletak pada kreativitas akal manusia masih pinggiran (marginal), dan tetap yang menjadi mainstream ialah kekayaan bumi Indonesia dan hasil-hasilnya.

Sumber daya alam dan kekayaan merupakan amanat yang diberikan Tuhan kepada manusia sebagai khalifah-Nya dan manusia bukanlah pemilik mutlak sumber daya alam dan kekayaan itu. Karena itu, sumber daya alam harus diberlakukan sebagai berikut: (1) sumber daya alam digunakan untuk kepentingan seluruh umat manusia bukan untuk sebagiannya saja, (2) setiap orang harus mendapatkan sumber daya alam sesuai secara benar sebagaimana dijelaskan dalam Al-qur'an dan Sunnah Nabi, (3) harta kekayaan yang telah diperoleh bukan untuk diri seseorang yang memperolehnya tetapi ada hak orang lain di dalamnya, dan (4) tak seorang pun berhak merusak atau membuang sumber daya alam yang telah diberikan Tuhan.

Konsep keseimbangan (*equilibrium*) terlihat dalam aspek dan perilaku ekonomi, misalnya kesederhanaan (*moderation*), dan menjauhi pemborosan (*extravagance*). Konsep keseimbangan ini bukan hanya berkenaan dengan timbangan kebaikan hasil usaha manusia yang diarahkan untuk dunia dan akhirat, tetapi juga terkait dengan kepentingan perorangan dan kepentingan umum yang harus dipelihara, serta keseimbangan antara hak dan kewajiban.

Keseimbangan juga diartikan tidak berlebihan dalam urusan ekonomi, baik produksi, konsumsi, maupun distribusi. Allah melarang berperilaku boros dan berlebih-lebihan dalam konsumsi (mengeksplorasi sumber daya alam). Dalam firman-Nya Q/S: Al-A'raf: 7/31.

يَبْنِيْ اٰدَمَ خُدُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِيْنَ ؕ

*Terjemahnya: "Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan."*⁴⁴

³⁷Kementerian Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan* (Jakarta: Toha Putra, 2020), h. 432.

Konsep kekayaan di Indonesia masih dalam perspektif lama, yaitu jumlah kepemilikan sumber-sumber daya alam dan material, bukan jumlah hak kekayaan intelektual (HAKI). Indonesia dipandang kaya oleh pemerintah dan kebanyakan ekonom Indonesia karena sumber daya alamnya, bukan karena keragaman ciptaan intelektual maupun hasil-hasil kreativitas. Seharusnya kekayaan Indonesia didasarkan pada potensi dan hasil-hasil kreatif. Sekiranya paradigma seperti ini yang diterapkan oleh pemerintah, maka fenomena *brain drain* orang Indonesia di luar negeri tentu tidak akan terjadi.

Islam sendiri sejajar dengan perspektif mutakhir dalam melihat pentingnya ekonomi kreatif. Islam sangat menghargai potensi manusia sebagai pembuat kreativitas ekonomi. Khalifah keempat, Ali bin Abu Thalib memperingatkan, supaya manusia lebih mengutamakan ilmu dari pada harta. Ilmu akan menjaga manusia, sedangkan harta dijaga oleh manusia. dan, ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah ekonomi ilmu pengetahuan dan seni.

Agaknya Indonesia tidak kekurangan potensi manusia untuk mengembangkan wilayah ekonomi kreatif sebagai sumber pendapatan negara dan kesejahteraan warganya mengingat kecenderungan dan bakat seni yang kuat pada penduduknya. Tentu saja hal ini hanya dapat terjadi jika disokong secara penuh oleh pemerintah. Salah satu bentuk sokongan yang perlu dilakukan oleh pemerintah yaitu membuat suatu lingkungan kerja kreatif atau katakanlah kompleks kreatif. Kompleks semacam itu harus di desain sedemikian rupa, sehingga mencerminkan karakteristik dan kebutuhan khusus dari orang-orang yang berkiprah di lingkungan ekonomi kreatif. Sebab, orang-orang kreatif hanya dapat berkembang di lingkungan yang kreatif pula.⁴⁵

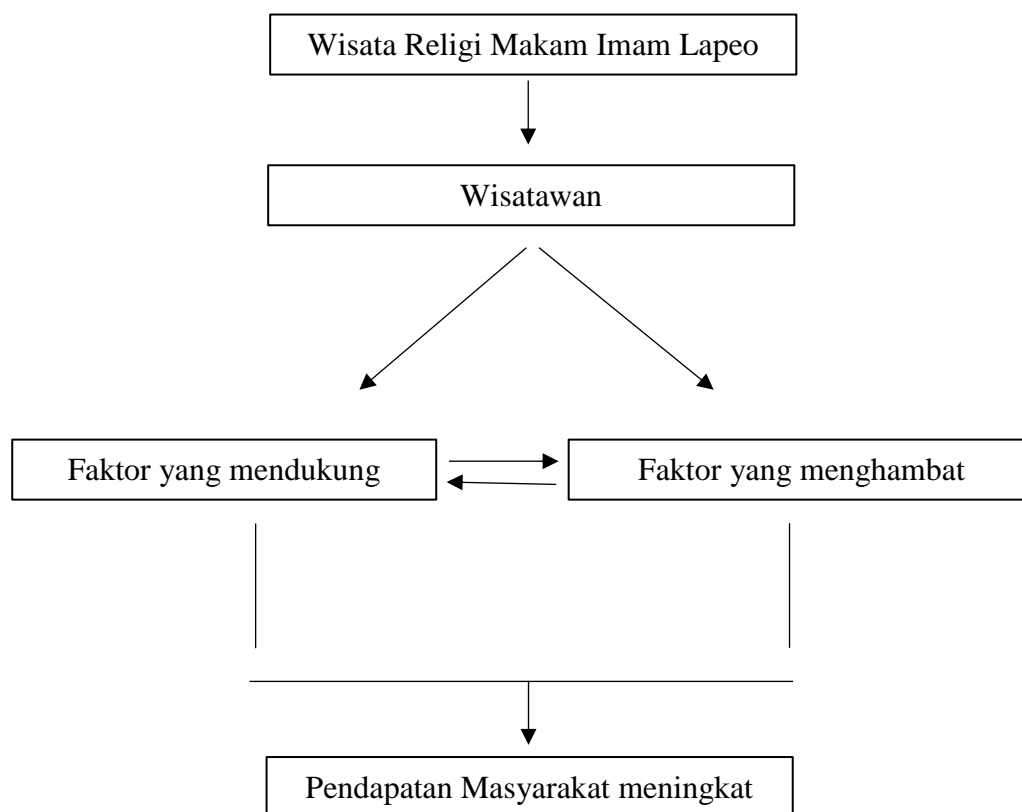
Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi. Kreatifitas adalah mampu menangkap dan menciptakan peluang-peluang bisnis yang bisa dikembangkan. Sedangkan inovasi adalah mampu melakukan pembaruan-pembaruan dalam menangani bisnis yang digelutinya, sehingga bisnis yang dilakukannya tidak pernah usang dan selalu dapat mengikuti perkembangan

³⁸*Ibid.*

zaman. Sifat inovatif ini akan mendorong bangkitnya kembali kegairahan untuk meraih kemajuan dalam berbisnis.⁴⁶

Jadi orang yang berkarya akan memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak dengan kreatifitas dan inovasinya untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya. Contoh dari “*al-mukmin al-muhtarif*” ditampilkan oleh generasi sahabat Rasulullah SAW dan para imam. Abdurrahman bin Auf, melalui kelihaiannya membaca peluang yang ada, bahkan berhasil menyingkirkan peran para pengusaha Yahudi sebagai pelaku ekonomi utama di Madinah saat itu. Utsman bin Affan dengan usaha dagangannya (bahan pakaian) membesar hingga menjadi sebuah konglomerasi usaha yang membawa banyak kebaikan bagi umat Islam di madinah.⁴⁷

D. Kerangka Pikir



⁴⁶H.M. Ma'ruf Abdullaah, *Wirausaha Berbasis Syariah* (Banjarmasin: Antasari Press, 2011), h. 7-8.

⁴⁷M. I. Yusanto dan M. K. Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 48.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang memposisikan informan sebagai sumber data dan informasi. Sukmadinata menyebutkan bahwa pendekatan kualitatif merupakan suatu penelitian yang mendeskripsikan dan menganalisis mengenai peristiwa/fenomena, kepercayaan, sikap, dan aktivitas sosial baik yang dilakukan oleh individu atau kelompok, sedangkan Creswell menggambarkan pendekatan kualitatif adalah kumpulan pendekatan dalam menganalisis dan memahami makna individu maupun kelompok orang sebagai masalah sosial.⁴⁸

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan di lapangan atau di masyarakat, artinya data diambil dari lapangan atau masyarakat. Penulis melakukan penelitian langsung ke lapangan untuk mendapatkan data yang konkrit tentang keberadaan wisata religi makam Imam Lapeo di kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar.

2. Lokasi penelitian

Penelitian akan berlangsung di objek wisata religi makam Imam Lapeo di Desa Lapeo, Kecamatan Campalagian, Kabupaten Polewali Mandar. Lokasi penelitian dipilih karena terdapat fenomena atau aspek kehidupan yang unik dalam kisah hidup Annangguru 'Tosalama' Imam Lapeo, dan karena makam tersebut selalu ramai dikunjungi pengunjung.

B. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian dalam rangka menemukan jawaban adalah:

⁴⁸John W. Creswell. *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. (Boston: Person, 2012), h. 3.

1. Pendekatan Normatif

Pendekatan teologi normatif adalah upaya memahami agama dengan kerangka pengetahuan ketuhanan, yang berangkat dari keyakinan bahwa bentuk empiris suatu agama dianggap paling benar jika dibandingkan dengan elemen lainnya.⁴⁹

2. Pendekatan Yuridis

Pendekatan berdasarkan hukum materiil dasar dengan mengkaji teori, konsep, dan sebagaimana peraturan perundang undangan terkait dengan belajar. Pendekatan ini juga disebut dengan pendekatan perpustakaan, yaitu melihat buku-buku, peraturan perundang-undangan, dan dokumen-dokumen terkait lainnya ke riset.⁵⁰ Pendekatan Yuridis empiris adalah ini dilakukan dengan meneliti kenyataan yang ada dalam praktek di lapangan.

3. Pendekatan Sosiologis

Sosiologi adalah pendekatan yang menentukan realitas agama sangat penting, karena banyak keterkaitan permasalahan agama dan sosiologis.⁵¹

C. Sumber Data

Sumber data berhasil membantu penulis untuk mengetahui segala informasi berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, karena adanya sumber data sangat membantu peneliti untuk mengetahui segala informasi berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Sumber data internal untuk proyek ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari penelitian subjek. Peneliti menerima data atau informasi secara langsung dengan menggunakan instrumen yang didirikan. Data primer dikumpulkan oleh penulis untuk menjawab pertanyaan peneliti. Sumber data primer di penelitian, yaitu data yang digunakan langsung oleh informan, adapun jumlah informan pada masjid

⁴⁹Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008), h. 28.

⁵⁰Yudiono, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 75.

⁵¹Soerjono dkk, *Penelitian Hukum Normatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 13-14.

Imam Lapeo adalah 6 orang informan di bagian ini, 1 di antaranya adalah pengurus Imam Masjid Lapeo, dan 5 lainnya pengusaha diluar obyek makam Imam Lapeo.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data atau informasi yang diberikan secara tidak langsung objek penelitian publik, yaitu arsip data struktur organisasi, dokumen, laporan, dan buku-buku dan lain-lain yang berhubungan dengan penelitian ini. Dengan kata lain, data sekunder diperoleh melalui penelitian yang berkesinambungan, melalui perantara, atau berasal dari dan dikaitkan dengan organisasi lain. Data sekunder ini dapat diberikan oleh sumber data yang tidak langsung biasanya berupa artikel, surat kabar, buletin, anggaran rumah, dan catatan lainnya seperti sumber pendukung dari sumber primer, disertai karya tulis yang sesuai dengan judul Selain itu, menulis buku dan biografi, serta sebagai liputan media dan dokumen yang terkait dengan judul artikel, disertakan.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data pada penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

a. Observasi

Data yang dikumpulkan melalui pengamatan terus menerus memberikan informasi yang tepat dan faktual tentang subjek. Hal ini terkait dengan industri pariwisata di Makam Ulama Lapeo. Data yang tersisa dikumpulkan dan hasilnya kemudian diformat dalam bentuk data kata-kata.

b. Wawancara

Menurut Susan Stainback, "Wawancara membantu peneliti memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang cara memahami suatu situasi atau fenomena daripada yang dapat diperoleh melalui observasi saja. Dengan demikian, melalui wawancara mereka, peneliti akan memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang konsep partisipasi dalam

pembelajaran. proses menafsirkan situasi dan fenomena yang diamati.⁵²

Tahap wawancara dilakukan sebanyak dua kali, yaitu:

- a. Langkah pertama diselesaikan sebelum mengembangkan topik yang akan dibahas secara rinci, untuk mendapatkan pemahaman tentang informasi yang terjadi selama pertemuan keagamaan, memungkinkan peneliti untuk berhasil menyelesaikan topik yang sedang dipertimbangkan. Narasumber adalah salah satu pengurus masjid Imam Lapeo dalam wawancara ini.
- b. Langkah kedua akan diselesaikan selama riset masih berjalan sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksud dalam penelitian berupa foto-foto, video, dan rekaman yang diambil dari objek wisata religi makam Imam Lapeo untuk memperkuat bukti penelitian yang ada di lapangan.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian.⁵³ Jenis instrumen yang dapat digunakan dalam penelitian adalah:

1. Pedoman Observasi

Angket atau Angket Daftar pertanyaan adalah pedoman observasi yang digunakan dalam penelitian ini. Angket atau kuesioner berisi pertanyaan yang terdiri dari sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian. Selama penelitian, kuisisioner atau kuisisioner dibagikan kepada orang-orang yang melakukan usaha di luar objek makam Imam Lapeo sebagai metode yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data.

⁵²Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 72.

⁵³Sugiyono, *Analisis Kuantitatif, Penelitian Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 305.

2. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara merupakan pedoman bagi peneliti dalam mewawancarai penggalan ke atas sebagai banyak informasi tentang apa, mengapa, dan bagaimana, terkait dengan masalah yang diberikan, ini wawancara menyetir adalah dari "Menemukan masalah lagi terbuka, di mana subjek yang diminta adalah pendapat dan". ide ide, kemudian satu oleh satu menggali informasi ke atas lagi.⁵⁴

3. Pedoman Dokumentasi

Pedoman dokumentasi adalah alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang berupa dokumen seperti foto-foto kegiatan.⁵⁵

F. *Teknik Pengolahan dan Analisis Data*

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif; untuk mencapai ini, draf disediakan oleh mil dan hiberman. mil dan Hiberman menyarankan agar kegiatan dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan mengambil tempat terus menerus dari itu sampai penelitian selesai, dan datanya jenuh.⁵⁶

Sesuai dengan tujuan penelitian, analisis data dapat dimulai dengan mengekstraksi semua data dari berbagai sumber; ini meliputi Wawancara, pengamatan, dan dokumentasi melalui proses redaksi data. Ini adalah langkah-langkah untuk mengambil dan menganalisis data di lapangan:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah tahap awal dalam menganalisis data dengan tujuan untuk membuat peneliti dapat memahami data yang telah diperoleh. Mereduksi data adalah merangkum, Mengidentifikasi hal-hal yang ada, dan berfokus pada sesuatu yang ada adalah adalah adalah hal tersebut. Metode yang digunakan untuk mendistribusikan ulang data adalah sebagai berikut: mengidentifikasi,

⁵⁴Sugiyono, *Analisis Kuantitatif, Penelitian Kualitatif dan R&D*, h. 319.

⁵⁵Sugiyono, *Analisis Kuantitatif, Penelitian Kualitatif dan R&D*, h. 320.

⁵⁶Sugiyono, *Analisis Kuantitatif, Penelitian Kualitatif dan R&D*, h. 333.

mengklasifikasikan, dan mengkategorikan setiap jenis data berdasarkan deskripsi singkat, pemberitahuan, dan menghilangkan data yang tidak perlu; dan memformat data agar dapat digunakan untuk redistribusi dan diversifikasi, termasuk semua data yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Data yang dikumpulkan akan memberikan grafik yang lebih spesifik dan mudah dipahami. Peneliti membuat data lebih lanjut dan mencari data tambahan jika diperlukan. Reduksi data dilakukan dalam penelitian dengan menyeleksi menyeleksi semua data mentah yang masuk oleh observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian mengolah dan memfokuskan semua data mentah tersebut agar lebih bermakna.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah pengolahan data permanen atau setengah jadi yang sudah berbentuk tulisan dan memiliki alur yang cukup jelas menjadi data yang lebih konkrit dan sederhana sehingga lebih mudah diolah. Penyajian data adalah cara peneliti melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari penelitian. Dalam penelitian ini, data yang telah terkumpul disajikan dalam bentuk deskripsi informasi yang sistematis berupa narasi dan tabel.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah selanjutnya dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan dalam rangkaian analisis data kualitatif secara esensial berisi tentang uraian dari seluruh sub kategori tema yang sudah terselesaikan disertai dengan data wawancaranya. Kesimpulan awal yang dikemukakan adalah bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak dikemukakan bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Maka dalam tahapan analisis ini pengumpulan data dari data yang paling pokok sampai data terperinci haruslah selalu berkaitan atau berkesinambungan, guna penarikan kesimpulan.⁵⁷

⁵⁷Sugiyono, *Analisis Kuantitatif, Penelitian Kualitatif dan R&D*, h. 337.

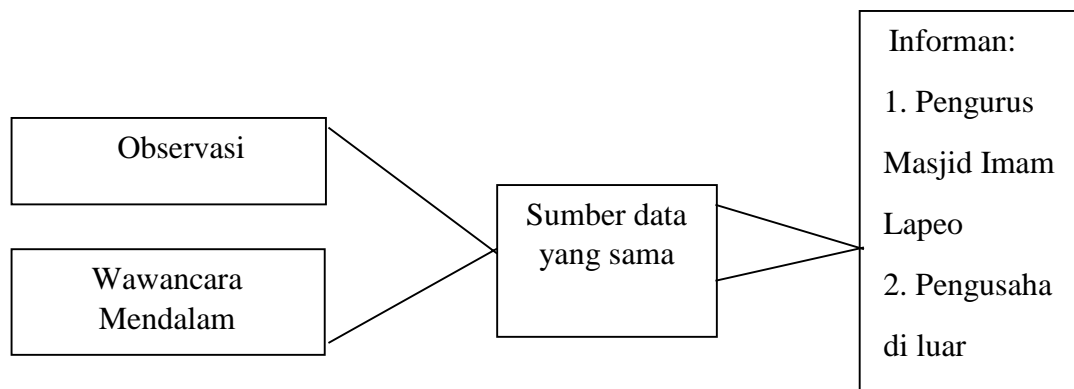
G. Uji Validitas Data Teknik

Pembersihan data sangat penting untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan akurat dan dapat digunakan dengan tepat. Teori validitas adalah untuk mengurangi kesalahan dalam proses akuisisi data penelitian yang akan berdampak pada hasil akhir suatu penelitian. Triangulasi adalah pengumpulan data yang menggunakan berbagai pengumpulan data dan sumber data⁵⁶. Peneliti menggunakan dua metode triangulasi dalam penelitian ini, yaitu:

1. Teknik Triangulasi

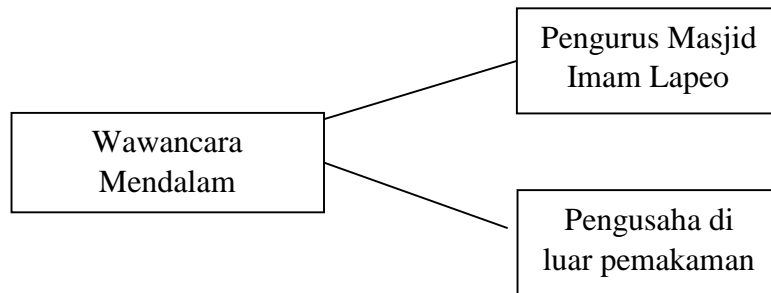
Triangulasi teknis adalah cara peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dari sumber data yang berbeda untuk memanfaatkan data dari sumber data yang berbeda. Peneliti menggunakan tes pemecahan masalah, dan mendalami untuk mendapatkan sumber data yang bersama secara bersamaan.

Triangulasi teknis dapat ditempuh melalui langkah-langkah berikut:



2. Triangulasi Sumber

Menurut Sugiyono (2017) triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.⁵⁷ Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar di atas menunjukkan bahwa triangulasi sumber diperoleh dari beberapa sumber mendapatkan informasi rinci tentang apa yang ingin dicapai dalam suatu penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. *Selayang Pandang Wisata Religi Makam Imam Lapeo*

1. Profil Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini terletak di desa Lapeo Kecamatan Campalagian tepatnya di wisata makam Imam Lapeo. Masjid Imam Lapeo bernama” *Masjid Nuruttaubah* “ tetapi orang-orang lebih mengenal dengan sebutan Masjid Lapeo, salah satu masjid yang paling tua di daratan Mandar. Masjid Imam Lapeo memiliki luas 6.101 meter.

Masjid memiliki nilai sejarah dan menjadi awal nilai keislaman di tanah Mandar secara umum. Konon daerah masjid tersebut terkenal dengan kemaksiatannya, seperti perjudian, dan kebiasaan meminum tuak, dan Imam Lapeo mendapatkan penolakan dari warga sekitar untuk mendirikan masjid. Latar belakang penamaan masjid yang dulunya bernama masjid Jami’ At Taubah Lapeo hingga menjadi masjid Nurut Taubah Lapeo tidak lepas dari kondisi masyarakat yang saat itu bertaubat untuk tidak lagi melakukan kemaksiatan yang bertentangan dengan aturan agama Islam.⁵⁸

⁵⁸Zuhriah, *Imam Lapeo Wali dari Mandar Sulawesi Barat*, (Yogyakarta : Gading, 2020), h. 175.

2. Struktur Organisasi Masjid Imam Lapeo

Masjid Imam Lapeo memiliki luas 6.101 meter. Adapun struktur pengurus

Masjid Imam Lapeo :

- | | |
|----------------------|--|
| I. Pelindung | : 1. Drs. H. Syafruddin. Msi

(Ketua Umum Dewan Masjid Indonesia)

2. Camat campalagian

3. Kepala KUA Kecamatan Campalagian |
| II. Penasehat | : 1. Kapolsek Campalagian

2. Danramil Campalagian

3. Kepala Desa Lapeo |
| III. Dewan Terhormat | : 1. Prof. Dr. KH. Nasaruddin Umar, MA

2. Emha Ainun Nadjib |
| IV. Dewan Pembina | |
| Pembina Utama | : Ag. Hj. Marhummah Thahir |
| Pembina | Hj. Nurlina Muslimin |
| V. Imam Besar | : H. Dalilul Falihin, Sag |
| VI. Imam Rawatib | : H. Muh. Hisyam Hadi

Muhsin

Muhammad Adnan |
| VII. Pengurus | : Ahmad Saihu, S.Ag |

B. Eksistensi Wisata Religi Makam Imam Lapeo sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar

Wisata religi merupakan salah satu jenis wisata berkaitan erat dengan aktivitas ataupun tempat khusus yang berhubungan dengan aspek religi keagamaan. Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus bagi umat beragama tertentu.

Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Wisata suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan mendapatkan kenikmatan dan tujuan untuk mengetahui sesuatu, dapat juga yang berhubungan dengan kegiatan olah raga, kesehatan, keagamaan, dan keperluan wisata lainnya.

Religi atau keagamaan sebagai sistem kebudayaan. Pada hakekatnya agama adalah sama dengan kebudayaan. Kebudayaan adalah keseluruhan pengetahuan yang dipunyai oleh manusia sebagai makhluk sosial, yang isinya adalah perangkat-perangkat, model-model pengetahuan yang secara selektif dapat digunakan untuk memahami dan menginterpretasikan lingkungan yang dihadapi dan untuk mendorong dan menciptakan tindakan yang diperlukannya. Namun demikian, ada perbedaannya bahwa simbol di dalam agama tersebut, biasanya mendarah daging di dalam tradisi masyarakat yang disebut sebagai tradisi keagamaan. Setiap tradisi keagamaan memuat simbol-simbol suci yang⁵⁹ dengannya orang melakukan serangkaian tindakan untuk menumpahkan keyakinan dalam bentuk melakukan ritual, penghormatan dan penghambaan.

Wisata religi merupakan sebuah perjalanan untuk memperoleh pengalaman dan pelajaran (Ibrah). Wisata religi juga merupakan sebuah perjalanan atau kunjungan yang dilakukan baik individu maupun kelompok ke tempat dan institusi yang merupakan penting dalam penyebaran dakwah dan pendidikan Islam.

Wisata religi sebagai bagian aktivitas dakwah harus mampu menawarkan wisata baik pada objek dan daya tarik wisata bernuansa agama maupun umum,

⁵⁹Yulie Suryani dan Vina Kumala, *Magnet Wisata Religi Sebagai Perkembangan Ekonomi Masyarakat di Kurai Taji Kabupaten Padang Pariaman*, Vol.2 No.1 Juni 2021, h 96.

mampu menggugah kesadaran masyarakat akan ke Maha Kuasa Allah SWT dan kesadaran agama.⁶⁰ Ada juga yang mendefinisikan wisata religi adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka biasanya hidup dan bekerja dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan itu demi mengunjungi tempat-tempat religius. Motif wisata religi adalah untuk mengisi waktu luang, untuk bersenang-senang, bersantai, studi dan kegiatan agama untuk beri'tibar keislaman. Selain itu semua kegiatan tersebut dapat memberi keuntungan bagi pelakunya baik secara fisik maupun psikis baik sementara maupun dalam jangka waktu lama. Uraian tersebut menunjukkan bahwa wisata dapat dirumuskan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang bersifat sementara, untuk menikmati obyek dan atraksi di tempat tujuan. Wisata adalah sebuah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan sebagai wisata dengan kata lain melakukan wisata berarti melakukan perjalanan tapi melakukan perjalanan belum tentu wisata.

Adanya tempat wisata religi Makam Imam Lapeo sebagai tempat wisata di Kecamatan Campalagian yang masih tetap eksis menjadikan mata pencarian masyarakat sekitar untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Dalam upaya eksistensi wisata religi makam Imam Lapeo, berdasarkan wawancara dengan pemerintah setempat dapat diketahui bahwa belum ada upaya signifikan dan serius dari pemerintah daerah untuk memperkenalkan wisata religi makam Imam Lapeo. Eksisnya wisata religi makam Imam Lapeo dikarenakan karomah yang beliau miliki hingga dapat dikenal oleh masyarakat luas. Dampaknya adalah pertumbuhan ekonomi kreatif terkhusus sektor kerajinan seperti gantungan kunci. Kenyataan tersebut seharusnya menjadi dasar bagi pemerintah untuk berupaya mengembangkan potensi ekonomi seperti membuat *homestay* sebagai tempat singgah para pengunjung.⁶¹

Upaya eksistensi wisata religi makam Imam Lapeo dari pemerintah belum

⁶⁰Prisyliya.R.Rawis, dkk, *Pengembangan Objek Wisata Religius dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah (PAD)*, Vol.5 No. 3 Maret 2019, h 102.

⁶¹Irwandi Yusuf, Kepala Desa Campalagian, Umur 31 Tahun (Wawancara pada tanggal 30 Mei 2022).

memiliki upaya, namun Imam Lapeo memiliki ciri khas atau daya tarik tersendiri sehingga banyak orang yang tertarik untuk kemudian berkunjung ke Masjid Makam Imam Lapeo diantaranya:

1. Konstuksi Kewalian dari Imam Lapeo.

Konstuksi kewalian dari Imam Lapeo terungkap dalam berbagai hal, mulai dari sakralisasi kewalian beliau yang tercermin dari sisilah yang mengangkat derajat manusia biasa ke manusia suci, dianggap memiliki keunggulan pengetahuan luar biasa, dianggap dapat berperan sebagai perantara dengan Tuhan, mempunyai kemampuan luar biasa yaitu karomah, mempunyai power yang luar biasa untuk membentuk tarekat, mempunyai kelebihan dan kebajikan dalam karakter, dan punya pengaruh melampaui masanya.

2. Berperan sebagai Perantara Tuhan

Imam Lapeo dianggap dapat berperan sebagai perantara Tuhan dan masyarakat baik secara batiniyah maupun lahiriah. Di masa hidupnya, Imam Lapeo selalu dimintai oleh masyarakat untuk membacakan doa tentang berbagai masalah dalam hidup. Menurut salah seorang Guru Madrasah Tsanawiah, Hasnah Imam Lapeo digelari *to salama* karena beliau orang yang dekat dengan Allah SWT seakan-akan tidak ada hijabnya sehingga doa beliau selalu terkabul. Setiap doa akan dikabulkan Allah karena keyakinan yang kuat dari masyarakat terhadap Imam Lapeo. Masyarakat menyebutnya *To salama Imam Lapeo to ditarima pirau-piraunna, piraunna lao Puang Allah ta Ala* (Imam Lapeo, orang yang selamat atau memberi keselamatan yang diterima doa-doanya, doa kepada Allah). Imam Lapeo juga diberi gelar *to makkarra* (orang yang keramat). Kadang ada yang menyebutnya beliau Tuan keramat⁶²karena banyak cerita tentang kekeramatannya. Imam Lapeo pun terkenal sebagai tuan keramat sehingga sampai sekarang masjid dan makam beliau selalu ramai diziarahi orang.

3. Mempunyai Kelebihan dan Kebajikan dalam Karakter

Masyarakat memuja wali karena mengharapkan dia menjadi pelindung masyarakat dan wali dikenal selama kehidupannya. Hal ini terungkap dalam

⁶²Zuhriah, *Imam Lapeo Wali dari Mandar Sulawesi Barat*, (Yogyakarta : Gading, 2020), h. 178.

biografi Imam Lapeo yang berhubungan dengan karakter Imam Lapeo sebagai seorang wali, seperti halnya Nabi Muhammad SAW, yang mempunyai karakter atau akhlak yang baik sehingga dipercayai mampu menjadi pimpinan agama dan masyarakat. Mengetahui siapa Imam Lapeo, dapat tergambar dari sejarah kehidupannya, pendidikan yang ditempuhnya, dakwahnya, maupun kematiannya. Imam Lapeo adalah tokoh yang semasa hidupnya diakui sebagai sosok yang memiliki kharisma luar biasa dan memiliki karakter yang menonjol dalam pengetahuan dan dunia (kesalehan sosial) sehingga yang menjadi inti adalah perilaku. Dalam kehidupannya, Imam Lapeo mempunyai karakter-karakter yang menjadikannya sebagai pemimpin, inovator, motivator, negosiator, dan visioner. Unsur yang jarang terdapat pada orang kebanyakan. Karakter-karakter itu adalah : arif, berani, cerdas, dermawan, berfikir positif, semangat, dan penjuang spritual

4. Punya Pengaruh Melampaui Masanya

Masyarakat memuja kepada wali atau orang sakral ini karena menjadi perlindungan dalam masyarakat. Imam Lapeo menjadi identitas suku Mandar di mana beliau pernah hidup disana. Hal tersebut terlihat dalam artikulasi peziarah terhadap Imam Lapeo. Imam Lapeo dianggap punya pengaruh melampaui masanya karena masyarakat mengartikulasikannya dalam bentuk sedekah dan menyebut nama Imam Lapeo. Selain itu, masyarakat juga mengartikulasikan kewalian Imam lapeo dalam” kehadiran “ beliau yang sering muncul di masjid (Masjid Orabatu dan Timbu).⁶³

5. Kekuatan Nama Sang Wali

Hisyam dan Amin Hamid mengatakan bahwa jika orang mempunyai masalah nama Imam Lapeo seringkali disebut tiga kali dan diyakini sebagai bentuk perantaraan kepada Allah SWT sehingga diharapkan semua masalahnya akan selesai dengan baik. Wali merupakan kata yang mempunyai energi. Kata ini sendiri sudah mempunyai kekuatan luar biasa yang sudah diisi ketakliman orang-orang dengan kekuatan muatan yang luar biasa dahsyat karena orang cinta, orang sayang, dan orang rindu dengan Imam Lapeo sehingga kata itu sendiri sudah punya

⁶³Zuhriah, *Imam Lapeo Wali dari Mandar Sulawesi Barat*, h. 147.

kekuatan. Bukan materi tapi Rohani, sehingga ada gelombang yang menggumpal disana. Ciri khas inilah yang menjadikan wisata makam Imam Lapeo tetap eksis hingga saat ini dan ke eksistensinya ini menjadi penggerak ekonomi kreatif di sekitar makam Imam Lapeo. Walaupun tanpa adanya upaya dari pemerintah setempat maupun pemerintah daerah.⁶⁴

C. Faktor yang Mendukung dan Menghambat Penggerak Ekonomi Kreatif pada Wisata Religi Imam Lapeo di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar

Ekonomi kreatif merupakan pengembangan ekonomi berdasarkan pada keterampilan, kreatifitas, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta yang menghasilkan nilai tambah. Pada penelitian ini, yang menjadi sektor ekonomi kreatif pada wisata religi Imam Lapeo. Sektor ekonomi kreatif memiliki berbagai subsektor.⁶⁵ Subsektor yang menjadi fokus penelitian peneliti yaitu kerajinan, pakaian, dan kuliner.

1. Kerajinan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin mulai dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti di tempat wisata religi Mesjid Imam Lapeo yaitu berupa kerajinan gantungan kunci, pajangan dinding dari bahan kayu, gelas dari bahan kramik bergambarkan Imam Lapeo, serta pajangan foto Imam Lapeo.⁶⁶ Hasil kerajinan inilah yang menjadikan pendapatan untuk masyarakat sekitar. Salah satu pengrajin yang diwawancarai mengatakan bahwa lama usaha yang didirikan sekitar 2 tahun dengan menjual berbagai kerajinan tangan seperti gantungan kunci, dan foto beserta bingkai Imam

⁶⁴Zuhriah, *Imam Lapeo Wali dari Mandar Sulawesi Barat*, h. 148.

⁶⁵Aditetya Arie Hetami, *Peningkatan dan Pengembangan Produk Pengrajin Kerajinan Tangan di Kota Samarinda*, JMM: Jurnal Masyarakat Mandiri, Vol. 5 nomor 6 Desember 2021, h. 359.

⁶⁶Irwandi Yusuf, Kepala Desa Campalagian, Umur 31 Tahun (Wawancara pada tanggal 30 Mei 2022).

Lapeo dengan adanya wisata religi Imam Lapeo secara tidak langsung mampu menjual produknya dalam perharinya sebanyak 30 ribu sehingga dapat dirata-ratakan dalam perbulannya mampu menghasilkan keuntungan sebanyak 900 ribu perbulannya. Adapun hambatan yang seringkali dijumpai dalam menjalankan usaha tersebut adalah tidak mampu konsisten dalam menjual dalam seharinya. Kemudian tidak adanya suntikan modal oleh pemerintah baik pemerintah pusat maupun pemerintah kabupaten.⁶⁷

Adapun pengrajin lainnya yang diwawancarai oleh peneliti mengatakan bahwa lama usaha yang didirikan sekaitar 5 tahun serta menjual berbagai kerajinan seperti gelas keramik yang bergambarkan foto Imam Lapeo. Untuk penjualan dan keuntungan yang didapatkan tidak dapat dijelaskan secara rinci tetapi yang jelasnya dari keuntungan dari hasil penjualan mampu membiayai 2 Anak dalam melanjutkan pendidikannya.⁶⁸

2. Pakaian

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk pakaian, serta distribusi produk pakaian. Hasil penelitian yang dilakukan peneliti di tempat wisata religi Masjid Imam Lapeo yaitu berupa pakaian baju kaos yang di sablon dengan gambar Imam Lapeo, songkok khas mandar, serta sarung khas mandar. Hasil kerajinan pakaian inilah yang menjadikan pendapatan untuk masyarakat sekitar. Salah satu penjual yang diwawancarai peneliti mengatakan bahwa lama usaha didirikan sekitar 5 tahun, dengan menjual baju kaos yang disablon dengan gambar Imam Lapeo, jenis kaos yang dijual bermacam warna dan bentuknya. Adapun harga kaos yang dipatok tergantung pada kualitas kaos dan bentuk kaos itu sendiri. Adapun penjelasan secara rinci dari hasil penjualan dan keuntungan yang diperoleh dari usaha tersebut tidak dapat dipaparkan secara rinci karena bersifat fluktuatif tetapi hasil keuntungan yang didapatkan lebih besar jika banyak pengunjung yang datang di masjid Imam Lapeo pada hari-hari tertentu misalnya pada bulan ramadhan dan setelah hari raya idul

⁶⁷Alfilah, Pengrajin, Umur 27 Tahun (Wawancara pada tanggal 10 Juni 2022).

⁶⁸Masita, Pengrajin, Umur 33 Tahun (Wawancara pada tanggal 13 Juni 2022).

fitri maupun hari raya idul adha serta perayaan hari besar islam lainnya.⁶⁹

Adapun penjual lainnya yang diwawancarai oleh peneliti mengatakan bahwa lama usaha yang dirintis sekitar 3,5 tahun, adapun jenis dagangan yang dijual berupa songkok khas mandar dimana selama menjual tidak pernah menerima bantuan suntikan dana dari pemerintah baik pemerintah desa maupun pemerintah kabupaten dalam menjual dan memperoleh keuntungan dari hasil penjualannya tidak dapat dipaparkan secara rinci tetapi dari hasil penjualan ini keuntungan yang didapatkan dapat mencukupi kehidupan sehari-hari, mampu memutar kembali modal yang ada sehingga semakin banyaknya jenis barang dagangan yang dapat dijual kembali.⁷⁰

3. Kuliner

Kegiatan kreatif termasuk baru, kedepan direncanakan untuk dimasukkan ke dalam sektor industri kreatif dengan melakukan sebuah studi terhadap pemetaan produk makanan olahan khas Indonesia yang dapat ditingkatkan daya saingnya di pasar ritel dan pasar internasional. Kegiatan ekonomi kreatif sebagai prakarsa dengan pola pemikir *cost* kecil tetapi memiliki pangsa pasar yang luas serta diminati masyarakat luas diantaranya usaha kuliner dan usaha rakyat kecil seperti penjual binte, dan golla kambu. Salah satu penjual kuliner khas mandar yaitu Golla Kambu (baje) mengatakan bahwa lama menjual sekitar 7 tahun. Adapun hasil penjualan terkadang dia menjual satu pak saja laku dalam perhari dan kadang juga lima pak dalam perhari bahkan lebih dari lima *pack* baje dia jual perharinya artinya penjualannya tidak menentu. Penghasilan dari hasil penjualan perharinya terkadang dia dapatkan satu bulan 700 perbulannya dan bahkan biasa 500 ratus juga dalam perbulan dan dari keuntungan yang didapatkan mampu membiaya anaknya kuliah.⁷¹

Adapun penjual lainnya yang diwawancarai oleh peneliti mengatakan: lama menjual binte sekitar 9 tahun, dalam perharinya beliau menjual binte tidak menentu dikarenakan yang datang makan di kedai atau warungnya tergantung

⁶⁹Zuhriah, Penjual, Umur 45 Tahun (Wawancara pada tanggal 13 Juni 2022).

⁷⁰Yunus, Penjual, Umur 33 Tahun (Wawancara pada tanggal 10 Juni 2022).

⁷¹Nahira, Penjual, Umur 41 Tahun (Wawancara pada tanggal 13 Juni 2022).

banyaknya pengunjung yang datang berwisata di Masjid Makam Imam Lapeo serta banyaknya pengunjung kebanyakan masyarakat lokal sehingga untuk memastikan hasil penjualan atau keuntungan yang didapatkan tidak dapat dihitung secara rinci.⁷²

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa eksistensi wisata religi makam Imam Lapeo sebagai penggerak ekonomi kreatif berdampak positif terhadap pendapatan masyarakat, dikarenakan masyarakat memanfaatkan adanya wisata religi makam Imam Lapeo di Kecamatan Campalagian Kabupaten Polewali Mandar dengan menghasilkan ataupun menciptakan produk kreatif untuk dijadikan cendramata atau ciri khas Imam Lapeo. Selain cendramata kuliner juga menjadi pendapatan masyarakat sekitar tempat wisata religi.

Adapun faktor pendukung dari penggerak ekonomi kreatif pada wisata religi makam Imam Lapeo yaitu⁷³:

1. Sumber Daya Alam

Sumber daya alam memiliki peran penting dalam mendukung gerakan ekonomi kreatif terkhusus pada wisata religi. Sumber daya alam di sekitar makam Imam Lapeo meliputi iklim yang bagus, air, kondisi topografi, dan udara yang sejuk.

2. Warisan Budaya

Warisan budaya mencakup situs prasejarah seperti makam Imam Lapeo, dan mesjid Nuruttaubah Lapeo. Kedua tempat tersebut memiliki karakteristik budaya yang patut untuk dikembangkan.

3. Pihak Swasta

Wisata religi makam Imam Lapeo merupakan hal yang dinamis, dibutuhkan bantuan pihak swasta untuk memvisualisasikan peluang dengan cara kreatif. Kemampuan untuk melihat peluang, mendapatkan lokasi-lokasi yang tepat, dan mengelola tanaman fisik guna pengembangan wisata religi.

⁷²Basurah, Penjual, Umur 44 Tahun (Wawancara pada tanggal 11 Juni 2022).

⁷³Irwandi Yusuf, Kepala Desa Campalagian, Umur 31 Tahun (Wawancara pada tanggal 30 Mei 2022).

4. Biaya atau Keuangan

Pengembangan wisata religi Imam Lapeo membutuhkan biaya yang memadai. Dukungan finansial memberikan pengaruh yang signifikan dalam mempertahankan eksistensi sebuah objek wisata.

5. Masyarakat

Masyarakat memberikan andil yang besar dalam pengembangan objek wisata. Pada wisata religi Imam Lapeo, sejak dahulu mendapatkan respon positif dari seluruh masyarakat yang ada di Sulawesi Barat. Bagi mereka, hal tersebut adalah cara untuk mencari berkah dan keridhaan Allah swt.

Adapun faktor penghambat dari penggerak ekonomi kreatif pada wisata religi makam Imam Lapeo yaitu:

1. Kurangnya kerjasama antar pemangku kebijakan. Pemerintah daerah dan anggota legislatif sebagai pemangku kebijakan belum bisa bersatu untuk menentukan regulasi yang jelas tentang wisata religi makam Imam Lapeo. Tentunya hal ini berakibat ada pelanggaran sebagian oknum masyarakat seperti perusakan ornamen mesjid, pembangunan tempat khusus pengunjung, dan sebagainya.
2. Objek wisata masih milik perorangan bukan dikelola bersama pemerintah. Dampak yang ditimbulkan adalah pengelolaan dana untuk pembangunan wisata religi akan kurang dari segi transparansi dan efisiensi. Pengelolaan dana akan menimbulkan masalah mengenai perputaran modal usaha.
3. Kurangnya pengenalan wisata religi di sosial media. Saat ini kita berada pada era informasi dan komunikasi, itu menunjukkan bahwa wisata religi juga harus diperkenalkan melalui *platform* yang tersedia. Misalnya, membuat akun sosial media yang berisi sejarah dan perkembangan wisata religi makam Imam Lapeo dari tahun ke tahun bahkan setiap bulan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Wisata religi Makam Imam Lapeo sebagai tempat wisata di Kecamatan campalagian masih tetap eksis sampai saat ini hingga menjadikan mata pencaharian masyarakat sekitar untuk meningkatkan pendapatan. Upaya eksistensi wisata religi makam Imam Lapeo tidak memiliki upaya, namun Imam Lapeo memiliki ciri khas atau daya tarik tersendiri sehingga banyak orang yang tertarik untuk kemudian berkunjung ke masjid makam Imam Lapeo seperti figurisasi Imam Lapeo sebagai wali Allah, dapat menjadi perantara lebih dekat dengan Allah swt., serta sarana untuk mengenal dan mendalami kebaikan akhlak dan karakter beliau.
2. Berkaitan dengan penelitian ini, peneliti mengkaji beberapa subsektor yaitu kerajinan, pakaian, dan kuliner. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dari wawancara dan observasi, maka didapatkan kesimpulan bahwa faktor pendukung dari penggerak ekonomi kreatif pada wisata religi makam Imam Lapeo yaitu sumber daya alam yang memadai, warisan budaya leluhur yang memiliki sisi historis yang kuat, pihak swasta yang memberikan dukungan, biaya atau keuangan yang sesuai dengan perencanaan, dan masyarakat yang kondusif dalam menerima perkembangan industri kreatif. Sedangkan faktor penghambat dari penggerak ekonomi kreatif pada wisata religi makam Imam Lapeo yaitu kurangnya kerjasama antar pemangku kebijakan dimana masih terpaku dalam intuisi kedaerahan, objek wisata masih milik perorangan bukan dikelola bersama pemerintah sehingga menghasilkan keuntungan yang minim, dan kurangnya pengenalan wisata religi di sosial media sebagai bentuk pengembangan ekonomi kreatif dan transformasi digital.

B. Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah perlu dilaksanakan penelitian lebih lanjut tentang eksistensi wisata religi makam Imam Lapeo sebagai penggerak ekonomi kreatif agar didapatkan hasil yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullaah, H.M. Maruf. *Wirausaha Berbasis Syariah*, Banjarmasin: Antasari Press, 2011.
- Anasom. “*Wisata Religi Sebagai Alternatif Kegiatan Dakwah Masyarakat Modern*”, *Jurnal Dinamika Islam dan Budaya Jawa* Edisi 17, Januari-Juni 2009, Pusat Pengkajian Islam dan Budaya Jawa (PPIBJ).
- Callista, Emiria, dan Putro, Heru Purboyo Hidayat. “*Penilaian Wisatawan dan Masyarakat Terhadap Fasilitas Wisata Religi KH. Abdurrahman Wahid*”, *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota B SAPPK V3N1*, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan ITB.
- Creswell, John W. Creswell. *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitativ and Qualitative Research*, Boston: Person, 2012.
- Hendariningrum, Retno dan M. Edy Susilo, *Fashio dan Gaya Hidup*, *Jurnal: Komunikasi*, Vol 6 nomor 2, Mei-Agustus 2008.
- Hetami, Aditetya Arie. *Peningkatan dan Pengembangan Produk Pengrajin Kerajinan Tangan di Kota Samarinda*, *JMM: Jurnal Masyarakat Mandiri*, Vol. 5 nomor 6 Desember 2021.
- HR. Muslim No. (2001;4) Mari Ziarah Buku Karya Andurrahman Misno BP.*Ibid*.
- Irina, Fristiana. *Metodologi Terapan*, Yogyakarta: Penerbit Parama Ilmu, 2017.
- Jehana, Klaudia Dewi Putri, dan Aliffiati, I Nyoman Suarsana. *Pengembangan Gerabah Sebagai Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Masyarakat Compang Desa Golo Kempo*, Sunari Penjor: *Journal of Anthropology*, Vol 5 nomor 1 Maret 2021.
- Kartika, Metasari, dan Hendarmin. *Pemetaan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner di Kota Pontianak*, *Jurnal: Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol 7 nomor 1 Tahun 2018.
- Karyano, A. Hari. *Kepariwisataaan*, Jakarta: Grasindo, 1997.
- M. Fadlol. *Peranan Wisata Makam Sunan Kalijaga Kadilangu Demak sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif*, Semarang: Arsitektur FEBI, 2015.
- Masriani, *Peran Wisatawan dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kawasan Wisata Religi Makam Syekh Yusuf Kabupaten Gowa*, Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019.
- Moelyono. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010.
- Muslih, KH. M. Hanif. *Kesahihan Dalil Ziarah Kubur Menurut Al-Qur'an dan Al-Hadist*, Semarang: Karya Toha Putra, 1998.
- Nata, Abuddin. *Metodologi Studi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008.
- Pangestu. *Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009- 2025*, Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008.

- Presiden Republik Indonesia, *Pengembangan Ekonomi Kreatif*, 2009-2015.
- Prisylia.R.Rawis, dkk. *Pengembangan Objek Wisata Religi dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah (PAD)*, Vol.5 No. 3 Maret 2019.
- Putri, Tiara Angraini. 2019, *Strategi Pengembangan Objek Wisata Religi* (Studi Kasus Makam Dalem Santri Desa Kutaliman Kecamatan Kedungbanteng Kabupaten Banyumas).
- Q. S Al-A'raf (7) Ayat 31: Ekonomi dalam Perspektif Q. S. Al-A'raf (7) Ayat 31.
- Rokhiyyah, dkk, 2017, *Peranan Wisata Religi Makam Sunan Gunung Jati dalam Kehidupan Ekonomi Masyarakat Sekitar* (Studi Kasus Desa Astana Kecamatan Gunung Jati Kabupaten Cirebon).
- Sapta, Nirwandar. *WOW Indonesia Tourism and Creative Industry*, Jakarta: Gramedia, 2014.
- Soerjono dkk. *Penelitian Hukum Normatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Soewadji, Yusuf. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Jakarta Media, 2012.
- Sugiyono. *Analisis Kuantitatif, Penelitian Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012.
- Suryana. *Ekonomi Kreatif*, Bandung: Salemba Empat, 2012.
- Suryana. *Ekonomi Kreatif; Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Suryani, Yulie, dan Kumala, Vina. *Magnet Wisata Religi Sebagai Perkembangan Ekonomi Masyarakat di Kurai Taji Kabupaten Padang Pariaman*, Vol.2 No.1 Juni 2021.
- Suwantoro, Gamal. "*Dasar-dasar Pariwisata*", Yogyakarta: Andi Offset, 1997.
- Yoeti, Oka A. "*Pengantar Ilmu Pariwisata*", Bandung: Penerbit Angkasa, 1990.
- Yoeti, Oka A. *Ekonomi Pariwisata*, Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2008.
- Yudiono. *Metode Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Yusanto, M. I. dan M. K. Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Zuhriah. *Imam Lapeo Wali dari Mandar Sulawesi Barat*, Yogyakarta : Gading, 2020.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Instrumen

- Pedoman Wawancara

Informan: Pengrajin/Penjual

1. Pertama-tama saya ingin bertanya, atas nama siapa?
2. Berapa umur saat ini?
3. Sudah berapa lama menjual di kompleks makam Imam Lapeo?
4. Barang apa saja yang dijual sehari-harinya?
5. Berapa penghasilan dalam sehari?
6. Selama menjual di kompleks makam Imam Lapeo, apakah pernah mendapatkan bantuan dana seperti modal dari pemerintah setempat?
7. Sejauh ini, apakah ada upaya kerja sama yang dilakukan oleh pemerintah setempat untuk membantu para penjual?

Informan: Kepala Desa

1. Pertama-tama saya ingin bertanya atas nama siapa?
2. Berapa umur saat ini?
3. Berapa lama menjabat sebagai kepala desa?
4. Apakah ada upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengembangkan wisata religi Imam Lapeo?
5. Upaya apa yang akan direncanakan oleh pemerintah untuk mendukung dan mengembangkan potensi wisata religi makam Imam Lapeo terutama dalam sektor ekonomi kreatif?

Lampiran 2 : Dokumentasi



Gambar 1: Mengamati Comtoh Kerajinan Sebagai Sektor Ekonomi Kreatif di Kompleks Makam Imam Lapeo (Observasi pada Tanggal 13 Juni 2022)



Gambar 2: Barang-barang Kerajinan bertemakan Wali Allah Imam Lapeo (Observasi pada Tanggal 13 Juni 2022)



Gambar 3: Masjid Nurut Taubah Lapeo sebagai Tempat Ibadah sekaligus bagian Wisata Religi di Kompleks Makam Imam Lapeo (Observasi pada Tanggal 16 Juni 2022)



Gambar 4: Wawancara dengan Kepala Desa Bapak Irwandi Yusuf, S.H terkait Upaya Eksistensi Wisata Religi Imam Lapeo (Wawancara pada Tanggal 30 Mei 2022)



Gambar 5: Makam K.H Muhammad Thahir yang dikenal dengan Nama Imam Lapeo (Observasi pada Tanggal 16 Juni 2022)



Gambar 6: Wawancara dengan Bapak . Yunus terkait Penjualan Kerajinan di Kompleks Makam Imam Lapeo (Wawancara pada Tanggal 10 Juni 2022)



Gambar 6: Mengamati Comtoh Kuliner Sebagai Sektor Ekonomi Kreatif di Kompleks Makam Imam Lapeo (Observasi pada Tanggal 13 Juni 2022)



Gambar 4: Wawancara dengan Tokoh Masyarakat di Desa Lapeo terkait Upaya Eksistensi Wisata Religi Imam Lapeo (Wawancara pada Tanggal 20 Juni 2022)

RIWAYAT HIDUP



Sidin lahir di Ratte Desa Mosso Kecamatan Balanipa, pada 03 Mei 1996. Sidin merupakan putra dari bapak Hamuddin dan ibu Tanda. Sidin menyelesaikan studi sekolah dasar di SDN 042 Inpres Pangalloang dan tamat pada tahun 2011. Kemudian, melanjutkan studi tingkat sekolah menengah pertama di PKBM Pappuangan Mesa melalui program paket B dan lulus pada tahun 2014. Setelah itu, ia melanjutkan pendidikan tingkat sekolah menengah atas di PKBM Pappuangan Mesa melalui program paket C dan menyelesaikan studi pada tahun 2017. Pada tahun 2018, Sidin melanjutkan pendidikan di program studi Hukum Ekonomi Syariah STAIN Majene.