

---

## **KONDISI SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT DI SEKITAR WISATA RELIGI MAKAM SUNAN GUNUNG JATI (MSGJ)**

**Sukmawati Nur Salamah**

Program Studi Pariwisata, Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Brawijawa, Indonesia

Email korespondensi: [nssukma@ub.ac.id](mailto:nssukma@ub.ac.id)

---

### **Abstrak**

Kondisi sosial ekonomi pada suatu destinasi wisata selalu menjadi topik yang menarik. Pariwisata digadang-gadang menjadi salah satu motor perekonomian di suatu daerah. Akan tetapi, adanya destinasi wisata juga tidak jarang menyebabkan permasalahan sosial. Salah satu destinasi wisata religi yang terkenal di Jawa Barat adalah Makam Sunan Gunung Jati (MSGJ). Penelitian ini bertujuan memotret kondisi sosial ekonomi masyarakat yang ada di MSGJ. Metode yang digunakan pada penelitian terkait kondisi sosial dan ekonomi di MSGJ adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode penelitian kualitatif digunakan agar kondisi sosial ekonomi di MSGJ dapat di potret dengan baik. Adanya MSGJ menjadi peluang dan tantangan tersendiri bagi berbagai pihak. Peluang yang didapatkan salah satunya adalah masyarakat dapat memanfaatkan kebutuhan wisatawan yang berziarah. Sedangkan permasalahan sosial yang muncul adalah banyak pengemis dan bentrok antar warga. Dengan kondisi sosial dan ekonomi yang demikian, pemangku kepentingan di MSGJ seharusnya dapat meningkatkan/memperbaiki kondisi sosial dan ekonomi secara perlahan-lahan.

**Kata Kunci:** MSGJ; Wisata Religi; Sosial; Ekonomi.

### **Abstract**

*Socio-economic conditions in a tourist destination always become an interesting topic. Tourism is predicted to be one of the motors of the economy in a destination area. However, the existence of tourist destinations also often causes social problems. One of the famous religious tourism destinations in West Java is the Tomb of Sunan Gunung Jati. This study aims to photograph the socio-economic conditions in the Tomb of Sunan Gunung Jati. The method used in research related to social and economic conditions at the Tomb of Sunan Gunung Jati is a qualitative research method. The qualitative research method is used so that the socio-economic conditions at the Tomb of Sunan Gunung Jati can be properly captured. The existence of the Tomb of Sunan Gunung Jati is an opportunity and a challenge for stakeholders. One of the opportunities obtained is that the community can take advantage of the needs of tourists who do pilgrim. Meanwhile, social problems in the Tomb of Sunan Gunung Jati are a lot of begging and clashes between residents. With such social and economic conditions, stakeholders in the Tomb of Sunan Gunung Jati should be able to improve social and economic conditions.*

**Keywords:** *the Tomb of Sunan Gunung Jati; Religious Tourism; Social; Economic.*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan negara yang terdiri dari daratan dan lautan. Pada tahun 2015 mencatat jumlah pulau di Indonesia sebanyak 17.504 pulau, serta memiliki total luasan mencapai 1.913.578,68 Km<sup>2</sup> (Badan Pusat Statistik, 2017). Kepulauan negara Indonesia terbentang dari pulau Rondo di Provinsi Daerah Istimewa Nangroe Aceh Darussalam hingga pulau Rote di Provinsi Nusa Tenggara Timur (Badan Nasional Pengelolaan Perbatasan Republik Indonesia, 2015).

Fakta di atas mendukung pendapat Guillot dan Chambert-Loir (2010) yang mengungkapkan bahwa kawasan Indonesia yang demikian luas dengan lingkungan alam dan pola hunian yang beragam serta pengaruh budaya luar terhadap masing-masing daerah di Indonesia memunculkan ciri khas tersendiri ditiap-tiap daerah. Kekhasan tersebut terlihat dalam perbedaan unsur-unsur kebudayaan yang menjadi ciri khas setiap daerah. Koentjaraningrat (2005) menyebutkan 7 unsur kebudayaan yang dapat digunakan sebagai alat untuk mengkaji sebuah suku bangsa, antara lain bahasa, sistem teknologi, sistem ekonomi, organisasi sosial, sistem pengetahuan, kesenian dan sistem religi. Koentjaraningrat menempatkan bahasa pada urutan pertama dalam unsur kebudayaan. Hal tersebut disebabkan oleh karakteristik bahasa yang memudahkan proses identifikasi sebuah suku bangsa. Sistem religi ditempatkan pada akhir urutan disebabkan oleh sifatnya yang abstrak atau immateriil.

Suratman dkk., (2011) menyebutkan bahwa manusia dapat menghasilkan karya yang berwujud (materiil) dan tak berwujud (immateriil). Hasil karya manusia tersebut merupakan kebudayaan. Contoh kebudayaan material adalah benda-benda/barang, alat pengolah alam, serta bangunan, sedangkan contoh kebudayaan non-material dapat berupa adat istiadat, ilmu pengetahuan, sistem kepercayaan dsb. (Koentjaraningrat, 2005; Suratman dkk., 2011).

UU Kepariwisata No. 10 Tahun 2009 menyebutkan bahwa keberagaman budaya di Indonesia sebagai salah satu objek daya tarik wisata, sejajar dengan daya tarik lainnya seperti kekayaan alam dan objek buatan manusia (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2010). Undang-undang tersebut diturunkan menjadi peraturan

darah, salah satunya, Perda No. 22 Tahun 2010 yang mengatur mengenai beberapa daerah yang menjadi prioritas pembangunan pariwisata di wilayah Provinsi Jawa Barat (BAPPEDA Provinsi Jawa Barat, 2017). Urry dan Larsen (2011) menjelaskan bahwa pariwisata adalah kegiatan waktu luang yang berbanding terbalik dengan kegiatan yang bersifat reguler dan teratur (bekerja). Pariwisata juga merupakan kegiatan perjalanan mengunjungi tempat atau beberapa macam tempat baru yang pada akhirnya akan kembali ke rumah dalam waktu yang relatif singkat. Sejalan dengan pendapat Suwantoro (2004) yang mendeskripsikan pariwisata sebagai perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang ke suatu tempat di luar tempat tinggalnya dan bertujuan untuk kembali lagi ke tempat asal dalam kurun waktu tertentu serta tidak digunakan sebagai keperluan bisnis/mencari penghasilan.

Kegiatan berwisata yang dilakukan oleh seseorang/sebuah kelompok dipengaruhi oleh faktor penarik dan pendorong. Faktor penarik dapat berupa daya tarik objek wisata, sedangkan faktor pendorong dilakukannya perjalanan adalah motivasi (Dann, 1977). Kebudayaan yang dimiliki setiap daerah akan berbeda (Guillot & Chambert-Loir, 2010), dan dipengaruhi oleh unsur-unsur kebudayaan setempat (Koentjaraningrat, 2005), yang dapat menjadi faktor penarik berwisata di daerah tersebut.

Motivasi dalam melakukan perjalanan dipengaruhi oleh beberapa hal. Menurut Krippendorf (1999) delapan motivasi seseorang/sebuah kelompok dalam melakukan perjalanan wisata, antara lain sebagai penyembuhan dan pembaruan tubuh dan jiwa, kompensasi dan integrasi sosial, pelarian diri, komunikasi, memperluas wawasan, kebebasan dan penentuan nasib sendiri, kesadaran diri, serta berwisata merupakan sebuah kebahagiaan. Motivasi juga dipengaruhi oleh minat seseorang, pariwisata minat khusus merupakan jawab dari jawaban dari kebutuhan pemenuhan minat calon wisatawan serta dampak buruk dari pariwisata masal (Pforr dkk., 2020). Nirwandar (2014) menyebutkan mengenai jenis-jenis wisata minat khusus, antara lain:

1. Wisata budaya dan sejarah
2. Wisata alam dan ekowisata
3. Wisata olahraga dan rekreasi
4. Wisata kapal pesiar
5. Wisata kuliner dan belanja

6. Wisata kesehatan dan kebugaran
7. Wisata pertemuan, insentif, konvensi dan pameran (MICE)

Terdapat diskursus dalam pengklasifikasian objek wisata religi. Menurut Swarbrooke (2004), objek wisata budaya juga dapat memiliki sifat sebagai objek wisata religi, atau dapat pula dikatakan memiliki sifat rangkap. Akan tetapi Shackley (2008) memiliki pendapat yang berkebalikan yakni sebagian situs warisan pada awalnya dibangun karena latar belakang kepercayaan lokal atau tradisi keagamaan. Wisata religi termasuk ke dalam ranah pengembangan destinasi wisata budaya di Indonesia (*Pengembangan Destinasi Wisata Budaya*, 2017). Destinasi wisata religi yang sedang direncanakan untuk dikembangkan saat ini adalah rute wisata religi ziarah makam Wali Sanga. Wali Sanga merupakan tokoh yang memelopori perkembangan agama Islam di Indonesia, khususnya di Pulau Jawa.

Fox (2002) menyebutkan bahwa Wali Sanga disebut sebagai tokoh yang membawa pengaruh perubahan dalam penyebaran agama Islam di Pulau Jawa sekitar abad ke-19. Makam Wali Sanga banyak didatangi oleh wisatawan religi. Kunjungan yang dilakukan wisatawan ke makam-makam Wali Sanga adalah bentuk penghormatan kepada tokoh yang sudah berjasa, mendapatkan berkat serta bertujuan untuk melanggengkan hubungan antara orang yang masih hidup dan tokoh yang sudah meninggal (Jamhari, 2002).

Salah satu objek wisata religi makam Wali Sanga adalah objek wisata religi Makam Sunan Gunung Jati (selanjutnya akan disebut dengan MSGJ) di Cirebon, Jawa Barat. Objek wisata MSGJ memiliki keunikan, yaitu penjagaannya dilakukan oleh orang-orang yang telah dipilih secara khusus oleh Sultan Cirebon (Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Cirebon, 2016b). Pengelolaan terhadap MSGJ dilakukan oleh juru kunci sebanyak 120 orang dan dikepalai oleh *jeneng* (Muhaimin, 2006). Di samping hal tersebut, keunikan objek wisata religi ini terdapat pada lokasinya yang berada di Desa Astana yang sangat dekat dengan pemukiman warga.

Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga (Disbudparpora) Kabupaten Cirebon selaku badan yang mengatur kepariwisataan di Kabupaten Cirebon turut serta

dalam pengelolaan objek wisata MSGJ (Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Cirebon, 2016a). Salah satu campur tangan Disbudparpora dalam pengelolaan MSGJ adalah dengan melakukan penertiban pengemis di kawasan tersebut guna menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman bagi wisatawan (Radar Cirebon, 2017).

Masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang dan pengemis juga bersentuhan dengan kegiatan pariwisata di MSGJ. Akan tetapi keberadaan pedagang dinilai kurang tertib oleh Disbudparpora, sehingga disediakan tempat untuk berdagang supaya pedagang di sekitar MSGJ menjadi tertib. Pengemis yang berasal dari masyarakat Desa Astana juga akan dikaryakan agar lebih tertib dan tidak mengganggu kegiatan wisata religi di MSGJ (Radar Cirebon, 2017). Paparan di atas menunjukkan di MSGJ setidaknya terdapat 4 aktor, yang dapat berupa individu maupun kelompok. Keempat aktor tersebut antara lain: Sultan Sepuh, penjaga makam, Dibudparpora serta masyarakat. Aktor-aktor tersebut termasuk ke dalam pelaku pariwisata (Damanik & Weber, 2006).

Dengan adanya fenomena di atas terkait pengelolaan dan aktor yang terlibat, menjadikan kegiatan sosial ekonomi yang ada di MSGJ menjadi patut untuk dijelaskan lebih lanjut. Hasil potret dari kegiatan pariwisata, kondisi sosial dan ekonomi masyarakat di MSGJ dapat menunjukkan pengaruh seorang tokoh pada suatu wilayah.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian kualitatif digunakan pada penelitian terhadap kondisi sosial dan ekonomi MSGJ. Metode ini dipilih karena objek penelitian berupa realitas sosial di objek wisata MSGJ merupakan suatu fenomena yang alami. Lingkungan sosial yang religious diteliti secara kualitatif agar mendapatkan pemahaman mengenai fenomena sosial ekonomi pada lingkungan daya tarik wisata.

Pola ritmis dan kekhasan dari suatu kasus yang terdapat di objek wisata MSGJ adalah pola-pola dan kekhasan pengelolaan objek wisata religi yang dilakukan oleh penjaga makam dan beberapa pelaku pariwisata lainnya. Apabila pola dan kekhasan

mengenai pengelolaan objek wisata religi tersebut diketahui, maka akan terjadi sebuah pemahaman terhadap kondisi sosial, budaya, religi dan pariwisata yang ada di sana.

Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan metode wawancara mendalam dan observasi. Wawancara dilakukan pada informan yang didapatkan. Wawancara yang dilakukan adalah jenis wawancara semi terstruktur dan wawancara tak terstruktur. Wawancara semi terstruktur dipilih karena pada saat wawancara informan dapat memaparkan lebih dari yang ditanyakan. Wawancara tak terstruktur dilakukan karena dapat menjangkau lebih banyak informasi.

Observasi atau pengamatan dilakukan selama berada di objek wisata MSGJ. Pengamatan dilakukan untuk mengetahui kegiatan pariwisata di MSGJ dan kegiatan masyarakat yang ada di lingkungan MSGJ. Pengamatan dilakukan kepada penjaga makam yang sedang bertugas dan kegiatan masyarakat.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis induktif. Metode ini adalah metode yang menjelaskan suatu fenomena dari aspek yang paling khusus kemudian mengarah ke hal-hal yang paling umum dari praktek pengelolaan objek wisata religi di MSGJ. Analisis ini digunakan karena fenomena yang ditangkap oleh peneliti pada dasarnya berupa fenomena khusus yang terdapat di objek wisata.

Penelitian tentang MSGJ ditulis secara deskriptif. Penulisan deskriptif dipilih karena mempermudah pembaca dalam memahami dan mengikuti kondisi di objek MSGJ. Gambaran yang jelas mengenai kondisi objek wisata, pemahaman dan praktek pengelolaan sangat diperlukan karena letak daya tarik fenomena yang berada di objek wisata religi tentunya berbeda dengan objek wisata lainnya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

MSGJ merupakan sebuah daya tarik wisata religi yang berada di tengah-tengah pemukiman masyarakat. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan MSGJ dahulu merupakan sebuah pesantren yang dikepalai oleh Sunan Gunung Jati sendiri. Sehingga bukan tidak mungkin, lingkungan di sekitar MSGJ memang sudah merupakan perumahan penduduk. Adanya perumahan penduduk dan beralih fungsinya pesantren Sunan Gunung Jati menjadi tempat ziarah yang dikunjungi banyak wisatawan dari

berbagai suku bangsa dan etnis, menjadikan lingkungan MSGJ menjadi lahan basah untuk mengais rezeki. Dalam ranah pariwisata aspek pendukung kegiatan wisata dari wisatawan adalah aspek amenitas. Aspek amenitas yang ada di MSGJ meliputi penginapan, kamar mandi umum, tempat parkir, tempat sholat, penjual oleh-oleh dan warung makan.

Wisatawan yang datang ke MSGJ dibagi menjadi dua jenis. Pertama, wisatawan yang datang kemudian langsung pulang setelah selesai melakukan kegiatan wisata religi. Wisatawan jenis pertama ini disebut sebagai ekskursionis. Selanjutnya jenis wisatawan yang kedua adalah wisatawan yang bermalam di sekitar MSGJ. Jenis wisatawan yang kedua ini lah yang merupakan wisatawan sesungguhnya karena melakukan kegiatan menginap. Wisatawan yang menginap biasanya berasal dari luar kota dan cukup lama dan jauh melakukan perjalanan, sehingga membutuhkan tempat menginap. Adanya wisatawan yang berasal dari jauh dan membutuhkan tempat bermalam menjadikan peluang bagi warga sekitar untuk menciptakan bisnis. Peluang bisnis yang diciptakan tentu saja berhubungan dengan kebutuhan wisatawan yang datang, salah satunya adalah menginap. Akan tetapi keperluan penginapan bagi wisatawan yang datang ke MSGJ dinilai masih minim.

Pondok peziarah merupakan salah satu penginapan milik warga yang dekat dengan MSGJ. Pondok peziarah tersebut dikelola oleh warga Desa Astana. Letak yang tidak terlalu jauh dari MSGJ, membuat wisatawan mudah untuk menuju ke kompleks makam. Pondok peziarah dilengkapi juga dengan warung makan. Tempat lain yang dijadikan sarana menginap adalah Masjid Sunan Gunung Jati. Masjid ini terletak di sebelah timur kompleks MSGJ dan masih ada bagian masjid yang menempel dengan bangunan kompleks makam. Menurut wisatawan dan seorang juru kunci MSGJ, banyak sekali orang yang memanfaatkan masjid tersebut untuk tempat bermalam pengunjung yang sedang melakukan ziarah, i'tikaf, atau ritual pati geni. Hal ini seperti yang dikatakan oleh bp. Afif (2018).

“Pintu ki Gede Maja, dari makamnya bangsa Ki Gede kayak ini.  
Sama aja. Cuma kalau di situ itu ya kalau orangnya it'ikaf satu

minggu, atau dua minggu, pati geninya di situ.” (Bapak Afif juru kunci, wawancara 26 Februari pukul 12.12)

Salah satu fasilitas di tempat wisata yang tidak bisa dilupakan adalah kamar mandi umum. Kamar mandi di sekitar objek wisata religi MSGJ dimiliki dan dikelola oleh individu. Tempat menginap, seperti pondok peziarah juga menyediakan kamar mandi umum yang bisa digunakan oleh wisatawan. Wisatawan yang menggunakan fasilitas kamar mandi umum ini harus membayar biaya dua ribu rupiah. Di samping kamar mandi umum yang menjadi salah satu usaha warga di Desa Astana, wisatawan juga dapat menggunakan kamar mandi yang ada di Masjid Sunan Gunung Jati. Kamar mandi sebagai saran yang ditawarkan oleh masyarakat kepada wisatawan memiliki kekurangan. Seperti kebanyakan tempat wisata lainnya kamar mandi yang menjadi usaha dari masyarakat sekitar MSGJ tidak terjaga kebersihannya. Hal ini disayangkan karena sanitasi yang baik tentu diperlukan dalam pelayanan usaha pariwisata.

Tempat parkir menjadi salah satu sarana yang penting keberadaannya di sebuah objek wisata, hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian dari Handayani, Khairiyansyah dan Wahyudin (2019). Pengunjung yang datang ke MSGJ biasanya datang berombongan, baik dalam jumlah yang besar dengan menggunakan bus, maupun dengan jumlah kecil menggunakan kendaraan pribadi. Bagi kendaraan yang berukuran besar, seperti bus, disediakan tempat parkir di sebelah selatan kompleks MSGJ. Tanah yang digunakan untuk parkir tersebut saat ini adalah tanah milik Komando Riset Militer (Korem). Meskipun tanah yang digunakan untuk lahan parkir adalah milik Korem, kegiatan jasa parkir dilakukan oleh masyarakat setempat. Kendaraan yang berukuran kecil, seperti kendaraan pribadi dapat pula diparkir di tempat parkir yang sama dengan bus, meskipun demikian beberapa orang juga memilih untuk memarkirkan kendaraan mereka di alun-alun MSGJ. Alun-alun ini terdapat persis di selatan kompleks makam, sehingga pengunjung tidak perlu jauh-jauh untuk berjalan kaki ke kompleks MSGJ.

Masyarakat di sekitar MSGJ juga peduli dengan kebutuhan beribadah para pengunjung MSGJ yang kebanyakan beragama Islam. Tempat penginapan seperti pondok peziarah juga menyediakan tempat untuk beribadah di tempat mereka. Terdapat bangunan dua lantai yang difungsikan sebagai mushola di lantai dua dan lantai satu



menjadi kamar mandi umum. Di samping itu pengunjung tentu saja dapat beribadah di Masjid Sunan Gunung Jati.

Buah tangan menjadi salah satu ciri khas sebuah objek wisata (Swanson, 2014). Di sepanjang jalan menuju kompleks makam, baik yang berasal dari tempat parkir bus, maupun di jalan akses masuk sebelah utara menuju alun-alun MSGJ, terdapat banyak lapak pedagang oleh-oleh. Barang yang mereka jual jenisnya bermacam-macam, mulai dari makanan, pakaian, dan keperluan untuk melakukan wisata religi. Makanan yang menjadi ciri khas dan hampir dapat dilihat di semua kios pedagang oleh-oleh makanan adalah kerupuk mlarat dan kerupuk ikan. Kerupuk mlarat yang berwarna-warni dijual dengan harga yang cukup terjangkau. Dengan mengeluarkan biaya dua puluh ribu rupiah, pembeli dapat mendapatkan 3 kantong kerupuk mlarat. Rasa dari kerupuk mlarat ini didominasi oleh rasa manis. Dikatakan kerupuk mlarat karena proses penggorengannya menggunakan pasir. Kerupuk ikan juga terlihat di berbagai lapak pedagang oleh-oleh makanan. Berbeda dari kerupuk mlarat yang murah meriah, kerupuk ikan ini dibandrol dengan harga yang cukup mahal dan dijual dengan mengukur massanya. Jika diperhatikan kerupuk ikan yang dijual tidak berasal dari satu jenis ikan saja.

Kerupuk mlarat dan kerupuk ikan tidak di produksi di sekitar MSGJ, melainkan di desa lain yang masih ada di kawasan Kabupaten Cirebon. Berdasarkan fenomena tersebut MSGJ tidak hanya berpengaruh pada perekonomian masyarakat yang ada di sekitar MSGJ, tetapi MSGJ juga berpengaruh pada perekonomian pengrajin kerupuk mlarat dan kerupuk ikan yang berasal dari daerah lain di Cirebon. Kesempatan berusaha dan mendapat rezeki dari adanya kegiatan pariwisata di MSGJ merupakan berkah yang diterima bagi masyarakat Cirebon.

Pakaian yang dijual berupa kaos-kaos maupun sebagian perlengkapan pakaian tradisional yang dikenakan oleh juru kunci (kraman) pada saat bertugas. Perlengkapan pakaian tradisional kraman yang dijual adalah ikat kepala khas kraman. Selain pakaian, terdapat juga sandal-sandal yang menunjukkan ciri khas Cirebon di dalam motif hiasannya. Tidak berbeda dengan kerupuk mlarat, pakaian dan atribut yang dijual oleh pedagang di sekitar MSGJ juga diproduksi dari luar daerah MSGJ.

Sebagai tempat ziarah yang terkenal dengan berbagai ritual dan kepercayaan terhadap keberkahan yang bisa didapatkan di MSGJ, wisatawan membutuhkan berbagai peralatan untuk melakukan ritual. Kebutuhan wisatawan terkait ritual ini menjadi salah satu peluang untuk menawarkan berbagai barang yang berkaitan dengan ritual yang akan dilakukan. Perlengkapan ritual yang ditawarkan di MSGJ bermacam-macam, antara lain: tasbih, bunga, kemenyan, dupa, kopiah, botol atau jerigen, serta terdapat juga beberapa penjual minyak wangi. Tasbih, kopiah, bunga dan minyak wangi sudah menjadi hal yang lazim dibawa pada saat melakukan ziarah. Pedagang menyediakan dupa dan kemenyan karena wisatawan yang datang ke MSGJ tidak hanya wisatawan muslim, melainkan juga wisatawan dari etnis Tionghoa yang membutuhkan dupa untuk berdoa.



### **Kios pedagang yang menyediakan perlengkapan ritual**

**Sumber: Dokumentasi Pribadi**

Botol yang ditawarkan oleh penjual di MSGJ kebanyakan merupakan botol air mineral bekas. Botol dan jerigen dijual guna memenuhi kebutuhan wisatawan yang akan meminta air dari sumur-sumur yang ada di areal MSGJ atau makam Syaikh Datuk Kahfi. Air sumur yang ada di kompleks MSGJ dan di makam Syaikh Datuk Kahfi dipercaya memiliki berkah bagi yang memanfaatkannya.

Salah satu kebutuhan pengunjung lainnya adalah kebutuhan pangan. Kebutuhan pangan yang ada di sekitar kompleks MSGJ dipenuhi oleh orang-orang yang mempunyai lapak berupa warung makan maupun pedagang kaki lima yang menggunakan gerobak. Pedagang yang menjual makanan di warung biasa menyediakan nasi lengko yang dijadikan makanan khas yang ada di Cirebon, selain itu juga terdapat soto atau sop. Pedagang yang berjualan menggunakan gerobak menjadi variasi yang baik karena dapat menyediakan bakso, sate dan mie ayam.

Lapak-lapak yang menyediakan minuman ringan juga tidak ketinggalan. Pada saat warga di MSGJ akan membuka lapak di tanah keraton, maka mereka harus meminta ijin kepada pihak keraton terlebih dahulu. Ijin yang diajukan berdasarkan atas hak kepemilikan tanah Keraton Kasepuhan atau Keraton Kanoman. Namun, apabila lapak tersebut akan diwariskan atau akan digunakan oleh saudara atau pengguna lain maka pedagang yang baru tadi tidak perlu meminta ijin kembali kepada pihak keraton. Penjelasan di atas menunjukkan bahwa pihak Keraton Kasepuhan dan Kanoman mendukung kegiatan niaga yang dilakukan oleh masyarakat.

Tidak hanya dimanfaatkan untuk mengais rezeki dengan berjualan, sebagian dari masyarakat Desa Astana juga ada yang mengemis di depan kompleks makam dan ada pula yang menjaga kotak-kotak sedekah/sumbangan bertuliskan kegiatan-kegiatan religi, budaya bahkan sosial yang diadakan di Desa Astana. Jumlah pengemis di kompleks MSGJ tidak terlalu banyak seperti dahulu. Menurut juru kunci jumlah pengemis yang banyak dan aksi mereka yang cukup ekstrem membuat pengunjung yang datang ke MSGJ tidak nyaman.

Kotak-kotak sedekah/sumbangan yang dijaga oleh orang-orang tersebut juga tidak resmi dan tidak masuk ke dalam pengelolaan MSGJ. Beberapa kotak tersebut antara lain kotak sumbangan Mauludan, *nadran*, panti jompo dan sunatan masal. Di samping sebagai tempat untuk memperoleh rezeki lebih, masyarakat juga dilibatkan dalam acara sedekah bumi dan sedekah laut (*nadran*). Keterlibatan masyarakat ini terkait dengan pendanaan untuk kegiatan tersebut. Jika kegiatan sedekah bumi dan sedekah laut (*nadran*) sudah akan berlangsung, ada kemit yang akan mendatangi rumah-

rumah warga meminta infak seikhlasnya untuk keperluan sedekah bumi dan sedekah laut (*nadran*).

Berdasarkan keterangan tersebut masyarakat tidak hanya mengambil keuntungan dari adanya MSGJ, akan tetapi masyarakat di sekitar MSGJ juga diajak untuk melestarikan budaya yang ada di MSGJ. Pelestarian dilakukan merupakan bentuk identitas budaya dan sosial dari masyarakat Desa Astana. Menurut Bapak Idrus (2017) selaku juru kunci dan warga Desa Astana, masyarakat selalu menyambut gembira adanya kegiatan sedekah laut, hal ini dibuktikan masyarakat ikut berbondong-bondong merayakannya.

Makam keramat memang identik dengan juru kunci. Apabila pengunjung membutuhkan informasi mengenai sejarah dan ingin dipandu di MSGJ, pengunjung dapat meminta bantuan kepada juru kunci yang sedang piket atau bergiliran menjadi satgas. Akan tetapi, ada pula masyarakat yang menjadi pemandu lokal di MSGJ. Mereka biasanya berjaga di luar kompleks makam atau ada yang berada di Pungpuran. Menjadi pemandu wisata juga menjadi salah satu alternatif untuk mendapatkan pendapatan di lingkungan MSGJ.

Sebuah objek wisata seringkali menjadi “lahan basah”, sehingga muncul pihak-pihak yang ingin memanfaatkannya lebih jauh. Di MSGJ juga terdapat beberapa masalah yang mungkin terjadi di objek wisata lainnya. Permasalahan ini bisa berdampak pada kenyamanan wisatawan yang datang ke MSGJ. Berikut merupakan permasalahan-permasalahan sosial yang muncul di MSGJ.

Di sekitar MSGJ terdapat banyak pengemis. Pengemis di kompleks MSGJ dapat berasal dari Desa Astana maupun berasal dari luar Desa Astana. Sikap pengemis yang terkadang ekstrem kepada pengunjung dengan cara mengikuti kemana pun pengunjung pergi, menjadikan pengunjung merasa tidak nyaman.

Ketidaknyamanan pengunjung tersebut berimbas pada citra kompleks MSGJ dan juru kunci. Juru kunci di MSGJ juga kurang setuju dengan adanya pengemis. Mereka pernah melarang untuk tidak meminta-minta di kompleks MSGJ. Akan tetapi larang tersebut malah berimbas kepada hubungan antara juru kunci dan kelompok pengemis

tersebut ditandai dengan adanya bentrok. Bentrok dapat muncul pada saat mereka keluar dari pakemitan dan bersentuhan dengan tetangga (masyarakat).

Akibat terjadi hal yang demikian, pada akhirnya juru kunci memilih untuk diam dan lebih fokus kepada pengunjung MSGJ. Pengunjung yang datang ke MSGJ akan segera diarahkan untuk segera masuk ke MSGJ agar tidak terlalu lama bersentuhan dengan warga yang menjadi pengemis. Saat ini dengan bantuan dari berbagai pihak, pengemis tidak diijinkan untuk berada di dekat pintu Salam.

Kegiatan pariwisata di MSGJ merupakan peluang bagi masyarakat sekitar. Cirebon yang berada di pesisir Pantai Utara Pulau Jawa dan sebagian daerah Cirebon yang berupa dataran rendah di sebelah selatan, menyebabkan sebagian masyarakatnya bermata pencaharian sebagai nelayan dan petani. Akan tetapi dengan adanya MSGJ sebagai daya tarik wisata religi menjadikan masyarakat, khususnya di Desa Astana, memiliki mata pencaharian yang lain, seperti penjual oleh-oleh dan penyedia jasa pada aspek amenities lainnya. Diversifikasi mata pencarian akibat adanya daya tarik wisata yang paling menonjol adalah munculnya pemandu pariwisata.

Sebagai salah satu destinasi wisata religi yang terkenal di Pulau Jawa, masyarakat juga mendapatkan dampak tidak langsung dengan adanya MSGJ. Dampak tidak langsung tersebut berupa pembangunan yang direncanakan dan diupayakan oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan pelayanan bagi wisatawan yang datang. Dengan adanya pembangunan infrastruktur di wilayah desa Astana dan di MSGJ, masyarakat juga dapat menikmati infrastruktur tersebut.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Adanya MSGJ sebagai tujuan wisata religi membuat masyarakat di sekitar MSGJ memiliki peluang dalam mengembangkan bisnis. Bisnis yang dikembangkan banyak yang berasal dari aspek amenities dan *ancillary*, seperti penginapan, kamar mandi, makanan dan minuman, cinderamata, serta kebutuhan ritual di tempat wisata religi. Di samping hal tersebut kebutuhan yang lain terkait atraksi wisata adalah pemandu wisata yang mengerti mengenai MSGJ.

Meskipun berdampak baik pada perekonomian masyarakat tidak jarang wisata religi juga memberikan dampak buruk pada ranah sosial, seperti adanya pengemis dan tata ruang lingkungan MSGJ yang semakin ruwet. Tidak jarang kondisi ini menyebabkan kenyamanan orang-orang yang datang maupun warga asli Desa Astan menjadi tidak nyaman. Oleh karena itu kondisi ini perlu ditertibkan dengan melibatkan banyak pihak dan mencari solusi bagi kondisi sosial yang demikian.

MSGJ sebagai salah satu wisata religi yang cukup terkenal di Indonesia, terutama di pulau Jawa sebaiknya ditata dan dikembangkan dengan lebih baik lagi. Salah satu yang bisa dilakukan pada penelitian selanjutnya adalah dengan melihat potensi pengembangan yang melibatkan masyarakat lebih dari yang sudah dilakukan di MSGJ pada saat ini. Di samping itu, untuk lebih memakmurkan masyarakat di sekitar MSGJ salah satu caranya adalah dengan melakukan pemasaran yang tepat. Terkait pemasaran yang tepat maka perlu dilakukan kajian mengenai strategi pemasaran untuk wisata religi, khususnya pada MSGJ.

## **REFERENSI**

- Badan Nasional Pengelolaan Perbatasan Republik Indonesia. (2015). *Peraturan BNPP Nomor 1 Tahun 2015*. Badan Nasional Pengelolaan Perbatasan Republik Indonesia.  
[http://bnpp.go.id/document/produk\\_hukum/2015/perkaban/Peraturan\\_BNPP\\_Nomor\\_1\\_Tahun\\_2015.pdf](http://bnpp.go.id/document/produk_hukum/2015/perkaban/Peraturan_BNPP_Nomor_1_Tahun_2015.pdf)
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Provisi, 2002—2015*. Badan Pusat Statistik.  
<https://www.bps.go.id/linkTabelStatis/view/id/1366>
- BAPPEDA Provinsi Jawa Barat. (2017). *Perda No. 22 Tahun 2010 Tentang RTRWP Jawa Barat 2009-2029*. BAPPEDA Provinsi Jawa Barat.  
<http://bappeda.jabarprov.go.id/wp-content/uploads/2017/03/Perda-No-22-Tahun-2010-Tentang-RTRWP-Jawa-Barat-2009-2029.pdf>
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Pusat Studi Pariwisata UGM & Penerbit ANDI.
- Dann, G. M. (1977). Anomie, Ego-enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184–194.

- Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Cirebon. (2016a). Tupoksi. *Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Cirebon*. <http://disbudparpora.cirebonkab.go.id/tupoksi>
- Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Cirebon. (2016b). Wisata Ziarah Makam Sunan Gunung Jati Kabupaten Cirebon. *Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Cirebon*. <http://disbudparpora.cirebonkab.go.id/wisata-ziarah-makam-sunan-gunung-jati-kabupaten-cirebon>
- Fox, J. J. (2002). Wali: Penyiar Agama Islam Pertama di Jawa. Dalam *Indonesia Heritage: Agama dan Upacara* (Vol. 9, hlm. 18–19). Buku Antar Bangsa.
- Guillot, C., & Chambert-Loir, H. (2010). *Ziarah dan Wali di Dunia Islam*. Komunitas Bambu.
- Handayani, S., Khairiyansyah, & Wahyudin, N. (2019). *Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan*. 123–133.
- Jamhari. (2002). Adat Ziarah. Dalam *Indonesia Heritage: Agama dan Upacara* (Vol. 9, hlm. 34–35). Buku Antar Bangsa.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2010). *Undang-undang Kepariwisataannet No. 10 Tahun 2009*. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. [http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/4636\\_1364-UUTentangKepariwisataannet1.pdf](http://www.kemenpar.go.id/userfiles/file/4636_1364-UUTentangKepariwisataannet1.pdf)
- Koentjaraningrat. (2005). *Pengantar Antropologi II*. RINEKA CIPTA.
- Krippendorf, J. (1999). *The Holiday Makers*. Butterworth-Heinemann.
- Muhaimin, A. G. (2006). *The Islamic tradition of Cirebon: Ibadat and adat among Javanese muslims*.
- Nirwandar, S. (2014). *Building WOW Indonesia Tourism and Creative Industry*. Gramedia Pustaka Utama.
- Pengembangan Destinasi Wisata Budaya*. (2017).
- Pforr, C., Vollger, M., & Dowling, R. (2020). Consumer Tribes: A Tourism Perspective on Shared Experiences, Emotion, and the Passion for a Specific Interest. Dalam *Consumer Tribes in Tourism* (hlm. 3–10). Springer.
- Radar Cirebon. (2017). *Terget Maret, Gunung Jati Bebas Pengemis*. <http://www.radarcirebon.com/target-maret-gunung-jati-bebas-pengemis.html>
- Shackley, M. (2008). Management Challenges for Religion-Based Attractions. Dalam *Managing Visitor Attractions* (2 ed., hlm. 253–263). Butterworth-Heinemann.
- Suratman, Munir, & Salamah, U. (2011). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar* (2 ed.). Intermedia.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata* (2 ed.). Penerbit ANDI.

Swanson, K. (2014). Souvenirs, Tourists, and Tourism. Dalam *The Wiley Blackwell Companion to Tourism*. Wiley Blackwell.

Swarbrooke, J. (2004). *Sustainable Tourism Management*. CABI Publishing.

Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. SAGE Publication.