



PARIWISATA RELIGI DAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT: ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN DI MAKAM SYEKH MAULANA SYAMSUDIN

Najla Hadija¹, Amanah Aida Qur'an², Rini Meliana³ dan Azka Nur Diana⁴.

¹²³⁴Ekonomi Syariah, UIN Prof.K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto

email: hadijanajla@gmail.com , amanahaida27@uinsaizu.ac.id,
rini meliana@uinsaizu.ac.id, azkanurdiana@uinsaizu.ac.id

Abstract

One important effort to improve the welfare of communities in areas with religious and historical potential is through tourism development. The tomb of Sheikh Maulana Syamsudin, located in Sugihwaras Village, Pemalang Regency, is a religious tourism destination with significant historical and spiritual value. The very rudimentary management of this tourist destination hinders tourism development, thus suboptimal utilization. Therefore, strategies for developing religious tourism at the tomb of Sheikh Maulana Syamsudin need to be examined to ensure that the historical and spiritual values are maintained and that it can provide both direct and indirect benefits to the welfare of the community surrounding the tourist destination. This research was conducted using a descriptive qualitative method. Primary data were obtained through observation and in-depth interviews, while secondary data were obtained from documentation. Data analysis used the Miles and Huberman model, encompassing data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Data validity was tested through source and technique triangulation.

The results of this study indicate that: (1) There are five main strategies in developing religious tourism at the Tomb of Sheikh Maulana Syamsudin: marketing, product, institutional, human resources, and infrastructure strategies. (2) The development of religious tourism at the Tomb of Sheikh Maulana Syamsudin has a multiplier effect, namely increasing the income of the community around the tomb, strengthening religious activities, and fostering religious values and social solidarity in the community. Keywords: Development Strategy, Religious Tourism, Multiplier Effect, and Community Welfare.

Abstrak

Salah satu upaya penting yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah yang memiliki potensi religi dan historis adalah melalui pengembangan pariwisata. Makam Syekh Maulana Syamsudin terletak di Kelurahan Sugihwaras Kabupaten Pemalang adalah destinasi wisata religi yang memiliki nilai historis dan spiritual yang tinggi. Pengelolaan destinasi wisata yang masih sangat sederhana menghambat pengembangan wisata sehingga kebermanfaatannya tidak optimal. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Dimana data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi. Analisis data penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dengan melakukan uji keabsahan data melalui triangulasi sumber dan Teknik.

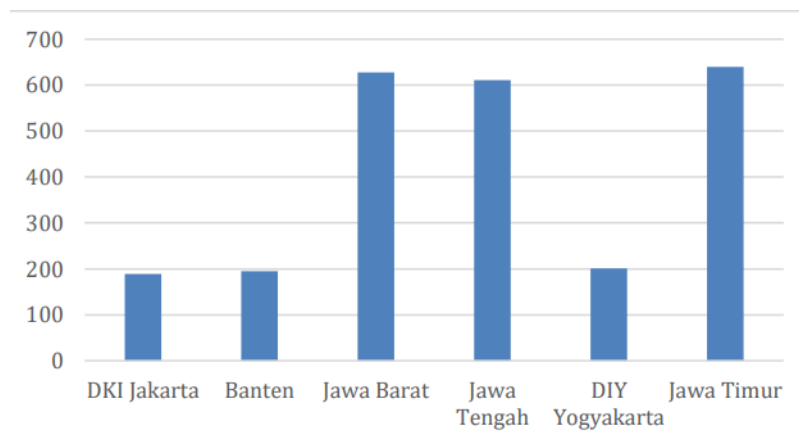
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Terdapat lima strategi utama dalam pengembangan wisata religi di Makam Syekh Maulana Syamsudin yaitu strategi pemasara, produk, kelembagaan, sumber daya manusia dan sarana prasarana. (2) Pengembangan wisata religi di Makam Syekh Maulana Syamsudin memberikan efek berganda yaitu meningkatnya pendapatan masyarakat sekitar makam, memperkuat kegiatan keagamaan serta menumbuhkan nilai religious dan solidaritas sosial Masyarakat.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, Wisata Religi, Multiplier Effect dan Kesejahteraan Masyarakat.

PENDAHULUAN

Industri pariwisata di Indonesia berkembang dalam berbagai bentuk, antara lain wisata edukasi, religi, alam, sejarah, bahari, serta pariwisata berbasis kearifan budaya lokal (Nariswari et al., 2023). Suatu wilayah yang ingin berkembang sebagai destinasi wisata unggulan perlu memperhatikan sejumlah aspek utama, seperti kenyamanan dan keamanan bagi pengunjung, serta keunikan daya tarik yang dimiliki. Di samping itu, mutu sarana dan prasarana pendukung pariwisata juga menjadi faktor penting, meliputi kemudahan akses, ketersediaan akomodasi, kebersihan lingkungan, serta partisipasi masyarakat setempat dalam memberikan layanan yang bersifat ramah dan mencerminkan karakter lokal (Razak, 2024).

Provinsi Jawa Tengah merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi pariwisata yang beragam dan tersebar di seluruh kabupaten/kota. Setiap daerah menampilkan ciri khas dan keunggulan masing-masing, baik dalam bentuk wisata alam, wisata budaya, wisata buatan, maupun wisata dengan minat khusus. Jumlah dan sebaran daya tarik wisata di Provinsi Jawa Tengah yang berada di Pulau Jawa ditampilkan pada Gambar 1.1 berikut:



Sumber: Statistik Objek Daya Tarik (BPS Indonesia, 2023).

Berdasarkan Gambar 1.1, jumlah daya tarik wisata di Pulau Jawa menunjukkan perbedaan antar provinsi, dengan Jawa Timur sebagai provinsi dengan jumlah tertinggi, diikuti oleh Jawa Barat dan Jawa Tengah yang masing-masing memiliki lebih dari 600 destinasi wisata, sementara DKI Jakarta, Banten, dan DI Yogyakarta berada pada tingkat yang lebih rendah. Data tersebut menegaskan bahwa Jawa Tengah menempati posisi ketiga dengan potensi pariwisata yang besar, khususnya pada sektor wisata religi, yang didukung oleh keberadaan situs bersejarah dan keagamaan, aksesibilitas yang relatif baik, serta kuatnya budaya ziarah masyarakat, sehingga membuka peluang strategis bagi pengembangan wisata religi secara berkelanjutan.

Wisata religi merupakan aktivitas perjalanan yang ditujukan ke tempat-tempat yang memiliki nilai spiritual dan keagamaan tertentu bagi pemeluk agama (Lase et al., 2023). Dalam ajaran Islam, praktik ziarah kubur termasuk ibadah yang mengalami perubahan ketentuan hukum (*nasikh-mansukh*). Pada awal perkembangan Islam, Rasulullah SAW sempat melarang ziarah kubur, namun larangan tersebut kemudian dicabut sehingga praktik ini diperbolehkan. Perubahan ketentuan tersebut menunjukkan bahwa ziarah kubur memiliki legitimasi dalam Islam sebagai sarana penguatan spiritual, sehingga dapat menjadi dasar pengembangan wisata religi yang selaras dengan nilai-nilai keagamaan. Dalam sebuah hadits disebutkan bahwa:

كُنْتُ هَيْئَكُمْ عَنْ زِيَارَةِ الْقُبُورِ فَزُورُوهَا

“Dahulu saya melarang kalian berziarah kubur, tapi (sekarang) berziarahlah kalian,” (HR. Muslim).

Perubahan ketentuan hukum ziarah kubur mencerminkan dinamika metode dakwah Rasulullah SAW, di mana pada fase awal Islam larangan diberlakukan untuk melindungi umat yang masih rentan terhadap praktik-praktik syirik peninggalan tradisi jahiliah. Seiring menguatnya pemahaman akidah dan tauhid umat Islam, praktik ziarah kubur kemudian diperkenankan selama dilakukan dengan niat dan tujuan yang benar (NU Online, 2024). Dalam konteks budaya lokal, ziarah makam telah menjadi tradisi yang mengakar kuat dalam masyarakat Jawa dan diwariskan secara turun-temurun, tidak hanya sebagai aktivitas keagamaan, tetapi juga sebagai sarana internalisasi nilai-nilai filosofis dan moral yang membentuk sikap serta perilaku masyarakat (Latifah, 2023).

Kabupaten Pemalang memiliki potensi wisata religi yang cukup besar, yang tercermin dari tingginya jumlah kunjungan peziarah ke beberapa situs religi pada periode 2022–2024. Data Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Pemalang menunjukkan bahwa Makam Syekh Maulana Syamsudin merupakan destinasi dengan jumlah kunjungan tertinggi, yaitu 171.374 kunjungan pada tahun 2022, menurun menjadi 77.425 pada tahun 2023, dan kembali meningkat menjadi 81.610 pada tahun 2024, sedangkan Makam Syekh Pandan Jati mencatat jumlah kunjungan yang relatif lebih rendah dan fluktuatif. Fluktuasi tersebut mengindikasikan bahwa meskipun Makam Syekh Maulana Syamsudin di Kelurahan Sugihwaras memiliki daya tarik yang kuat, pengelolaan, promosi, dan fasilitas pendukungnya belum optimal, sehingga diperlukan strategi pengembangan wisata religi yang terarah guna meningkatkan jumlah kunjungan sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat lokal sesuai dengan kerangka teori ekonomi pariwisata (Mawadda et al., 2023).

Community-Based Tourism (CBT) merupakan strategi efektif dalam pengembangan wisata religi yang menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama, bukan sekadar penerima manfaat pasif (Tohopi et al., 2025). Melalui keterlibatan langsung dalam pengelolaan homestay, jasa pemandu, kuliner tradisional, dan kerajinan lokal, masyarakat memperoleh manfaat ekonomi yang dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga secara langsung. *Community-Based Tourism (CBT)* merupakan pendekatan strategis dalam pengembangan destinasi wisata yang mengutamakan keterlibatan aktif masyarakat lokal sebagai subjek utama, bukan sekadar penerima manfaat pasif. Dalam konteks wisata religi seperti Makam Syekh Maulana Syamsudin, penerapan CBT memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi langsung dalam berbagai kegiatan ekonomi pariwisata, mulai dari pengelolaan akomodasi, layanan pemandu, penyediaan kuliner tradisional, hingga produksi kerajinan lokal. Keterlibatan langsung ini menciptakan dampak ekonomi yang dapat dirasakan secara nyata oleh rumah tangga setempat, sehingga meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan mereka secara komprehensif.

Kesejahteraan masyarakat dalam pendekatan CBT tidak terbatas pada aspek ekonomi semata, melainkan mencakup dimensi sosial dan peningkatan kualitas hidup secara menyeluruh. Peningkatan pendapatan dari sektor pariwisata memberikan masyarakat kemampuan lebih baik dalam memenuhi kebutuhan dasar, mengakses layanan pendidikan dan kesehatan, serta melakukan investasi pada usaha produktif lainnya. Dengan demikian, pengembangan wisata religi berbasis CBT berfungsi ganda sebagai instrumen pelestarian nilai budaya-spiritual sekaligus mekanisme

pemberdayaan ekonomi yang menciptakan lapangan kerja dan mendorong kesejahteraan lokal berkelanjutan.

Studi empiris mengenai pengembangan destinasi wisata menunjukkan kontribusi signifikan sektor pariwisata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Penelitian Jayadi dan Solatiah (2023) di Pantai Selong Belanak mendemonstrasikan bagaimana pariwisata menghasilkan efek pengganda (*multiplier effect*) melalui diversifikasi ekonomi lokal dari sektor pertanian ke industri jasa pariwisata, menciptakan peluang usaha baru dalam bidang kuliner, akomodasi, transportasi, dan kerajinan. Sementara itu, kajian Saifuddin dan Sulistiyani (2022) di Pantai Bletok menegaskan pentingnya perencanaan strategis dan kolaborasi antara pemerintah desa, BUMDes, dan masyarakat dalam pengembangan infrastruktur serta daya tarik wisata yang mampu meningkatkan jumlah kunjungan dan membuka peluang ekonomi baru bagi komunitas lokal.

Temuan-temuan penelitian tersebut mengonfirmasi bahwa keberhasilan pengembangan pariwisata bergantung pada sinergi antara perencanaan matang, strategi implementasi yang tepat, dan partisipasi aktif seluruh pemangku kepentingan. Mengingat potensi destinasi wisata religi yang belum dioptimalkan secara maksimal, pengembangan pariwisata berbasis partisipasi masyarakat menjadi sangat relevan sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi lokal. Pendekatan ini tidak hanya menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan secara berkelanjutan, tetapi juga berperan penting dalam pelestarian nilai-nilai budaya dan spiritual yang menjadi aset fundamental komunitas lokal.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian Saifuddin dan Titin Sulistiyani (2022) menunjukkan bahwa pengembangan wisata Pantai Bletok melalui pembangunan infrastruktur, peningkatan fasilitas, penambahan daya tarik wisata, dan penguatan peran BUMDES berdampak positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat, meskipun masih menghadapi kendala anggaran, tata kelola, dan kesadaran masyarakat. Sementara itu, penelitian Salma Yubdina dkk. (2024) menekankan pentingnya strategi pengembangan desa wisata berbasis analisis SWOT di sekitar Candi Borobudur, dengan fokus pada ekowisata berkelanjutan, promosi budaya, penguatan komunitas, dan pemanfaatan teknologi digital untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Selanjutnya, penelitian Safira Zulfa dan Yusuf Falaq (2024) menemukan bahwa pengembangan Pantai Pasir Putih Wates melalui pembangunan infrastruktur, promosi digital, dan pelibatan masyarakat berkontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi dan sosial, meskipun masih terkendala keterbatasan dana, kesadaran lingkungan, dan inovasi wisata. Penelitian Budi Margono dkk. (2025) juga menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata Neval van Java memberikan dampak positif berupa peningkatan pendapatan, lapangan kerja, dan kreativitas masyarakat, walaupun masih menghadapi keterbatasan SDM, pendanaan, teknologi, dan sarana prasarana.

Terakhir, penelitian Ruslan Jayadi dan Baiq Solatiah (2023) menegaskan bahwa pengembangan pariwisata Pantai Selong Belanak berdampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat, khususnya melalui peningkatan peluang usaha, pendapatan, dan lapangan kerja, serta kesadaran lingkungan dan interaksi sosial. Namun, pengembangan pariwisata masih dihadapkan pada tantangan berupa persaingan usaha, fluktuasi jumlah wisatawan, dan keterbatasan fasilitas pendukung.

2. Kajian Teori

a. Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata merupakan perencanaan sistematis dan berkelanjutan untuk mengoptimalkan potensi destinasi wisata agar memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya secara optimal. Strategi ini mencakup upaya peningkatan daya tarik, kualitas pelayanan, aksesibilitas, serta penguatan pengelolaan destinasi guna meningkatkan daya saing pariwisata. Dengan strategi yang tepat, pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sektor ekonomi, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat, pelestarian budaya, dan peningkatan kualitas hidup (Dewi et al., 2022).

Menurut Suwanto (2004), strategi pengembangan pariwisata meliputi beberapa aspek utama yang saling berkaitan dan harus dilaksanakan secara terpadu. Pertama, strategi pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan destinasi wisata kepada masyarakat luas melalui penyediaan informasi yang akurat, pemanfaatan media cetak dan digital, serta penguatan citra destinasi. Pemasaran yang efektif tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga pada pembentukan persepsi positif dan loyalitas wisatawan terhadap destinasi.

Kedua, strategi produk yang berfokus pada pengembangan atraksi, fasilitas, dan pengalaman wisata dengan menonjolkan keunikan, nilai budaya, serta potensi lokal sebagai daya tarik utama. Pengembangan produk wisata yang inovatif dan berkelanjutan diharapkan mampu meningkatkan kepuasan wisatawan, memperpanjang lama tinggal, serta mendorong peningkatan pengeluaran wisatawan di destinasi.

Ketiga, strategi kelembagaan yang berkaitan dengan penguatan organisasi, tata kelola, serta regulasi dalam pengelolaan pariwisata. Aspek ini menekankan pentingnya koordinasi dan sinergi antar-pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, swasta, dan masyarakat, guna mewujudkan pengelolaan destinasi yang profesional, transparan, dan berorientasi pada keberlanjutan.

Keempat, strategi pengembangan sumber daya manusia yang diarahkan pada peningkatan kapasitas dan kompetensi pelaku pariwisata melalui pendidikan, pelatihan, dan pendampingan. Pengembangan SDM yang berkualitas menjadi kunci dalam menciptakan pelayanan wisata yang profesional, ramah, dan berdaya saing, sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan.

Kelima, strategi sarana dan prasarana yang mencakup penyediaan dan peningkatan fasilitas dasar maupun penunjang, seperti akses transportasi, akomodasi, sanitasi, area parkir, dan pusat informasi wisata. Ketersediaan infrastruktur yang memadai akan meningkatkan aksesibilitas, kenyamanan, dan keamanan wisatawan, serta mendukung kelancaran aktivitas pariwisata secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, strategi pengembangan pariwisata merupakan pendekatan komprehensif yang menekankan keberlanjutan, pemberdayaan masyarakat, dan peningkatan kualitas destinasi, sehingga mampu memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

b. Konsep Ekonomi Pariwisata

Ekonomi pariwisata merupakan cabang ilmu ekonomi yang mengkaji kontribusi sektor pariwisata terhadap aktivitas perekonomian di tingkat lokal maupun nasional, dengan fokus pada pergerakan arus ekonomi yang dihasilkan dari kunjungan wisatawan, meliputi konsumsi barang dan jasa, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan pendapatan masyarakat di sekitar destinasi wisata. Spillane mendefinisikan ekonomi pariwisata sebagai studi yang menganalisis peranan pariwisata dalam menghasilkan devisa, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat, sehingga pariwisata tidak sekadar berfungsi sebagai sarana rekreasi tetapi juga sebagai sektor produktif dalam pembangunan ekonomi (Chaniago, 2024).

Yoeti menjelaskan bahwa ekonomi pariwisata merupakan sistem kegiatan ekonomi yang terbentuk karena adanya wisatawan yang melakukan pembelian atas produk dan jasa, penyerapan tenaga kerja sehingga perputaran uang antara wisatawan dengan pelaku usaha dan masyarakat lokal terbentuk, yang mendorong terjadinya transaksi ekonomi lintas sektor (Yoety, 2006). Sementara itu, Damanik dan Weber menekankan bahwa ekonomi pariwisata merupakan interaksi antara aktivitas wisata dengan sistem ekonomi masyarakat yang menghasilkan efek pengganda (*multiplier effect*), mendorong perkembangan UMKM, meningkatkan permintaan produk lokal, serta berkontribusi pada pendapatan daerah (Qur'an et al., 2023).

Adanya pariwisata mampu memberikan dampak ekonomi, dampak sosial dan budaya karena adanya pertukaran nilai ekonomi serta interaksi sosial antara wisatawan dan masyarakat setempat, yang membentuk struktur perekonomian daerah. Teori ekonomi pariwisata menjelaskan bahwa aktivitas pariwisata terhubung dengan berbagai sektor lainnya, seperti pertanian, perdagangan, transportasi, perhotelan, industri kreatif, serta berbagai layanan, sehingga pariwisata dianggap sebagai sektor yang kompleks dan multi dimensi serta mampu meningkatkan perekonomian secara menyeluruh (Qamaruddin & Rajiman, 2023).

Namun, ekonomi pariwisata juga memperhatikan beberapa dampak negatif, seperti ketergantungan ekonomi pada sektor pariwisata itu sendiri, ketidakmerataan dalam mendistribusikan manfaatnya, serta kebocoran ekonomi karena kebutuhan wisatawan sering terpenuhi dengan impor. Oleh karena itu, pengelolaan pariwisata harus dilakukan dengan perencanaan yang matang dan berkelanjutan agar berdampak secara ekonomi, social dan budaya bagi masyarakat sekitar objek wisata. Dengan demikian, pariwisata dianggap sebagai sektor penting dalam perekonomian modern, karena berperan dalam menghasilkan devisa, menciptakan lapangan kerja, serta membantu pemerataan pembangunan. Untuk memaksimalkan potensi pariwisata, diperlukan kerja sama yang baik antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha dalam mendukung pembangunan daerah maupun nasional.

c. Dampak Ekonomi Pariwisata

Dampak ekonomi pariwisata merupakan implikasi akibat adanya objek wisata yang secara langsung maupun tidak langsung mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar objek wisata, memperluas lapangan kerja, serta perkembangan UMKM lokal yang menunjang kebutuhan wisatawan (Baloch et al., 2023). Secara umum, dampak ekonomi pariwisata dapat dikategorikan menjadi tiga jenis berikut:

1) Efek Langsung (*Direct Effect*)

Dampak langsung pariwisata terlihat dari peningkatan pendapatan dan terciptanya lapangan kerja dalam industri yang secara langsung berhubungan dengan pariwisata, seperti perhotelan, restoran, transportasi, biro perjalanan, dan penjualan cinderamata. Ketika wisatawan menghabiskan uang untuk tempat menginap, makan di restoran lokal, atau membeli oleh-oleh, hal ini tidak hanya membantu meningkatkan pendapatan usaha di daerah tersebut, tetapi juga menciptakan peluang kerja bagi warga setempat. Dengan demikian, pengeluaran wisatawan ikut mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Mukaffi & Tri Haryanto, 2022). Menurut Reddy, dampak langsung dari hal ini adalah meningkatnya permintaan terhadap produk dan layanan di sektor pariwisata. Selain memberi manfaat bagi sektor pariwisata sendiri, hal ini juga mendorong pertumbuhan sektor lain seperti pertanian, industri pengolahan, dan jasa, sehingga manfaatnya terasa secara luas dalam sistem ekonomi lokal.

2) Efek Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Dampak tidak langsung dari pariwisata dapat terlihat dari meningkatnya permintaan akan barang dan jasa di sektor-sektor yang tidak langsung terkait dengan aktivitas

pariwisata. Contohnya adalah sektor pertanian yang mengalami peningkatan kebutuhan makan wisatawan, serta sektor konstruksi yang berkembang karena adanya kebutuhan membangun infrastruktur pendukung pariwisata. Menurut Mazumder, hubungan antar sektor ini memungkinkan pariwisata berkontribusi lebih luas dalam membangun ekonomi yang kuat dan beragam, sehingga dampak tidak langsung memainkan peran yang penting dalam pembangunan ekonomi (Mukaffi & Tri Haryanto, 2022).

3) Efek Induksi (*Induced Effect*)

Dampak induksi pariwisata adalah dampak yang muncul karena pengeluaran atau konsumsi yang berasal dari pendapatan yang didapat melalui aktivitas pariwisata, baik langsung maupun tidak langsung. Hal ini terlihat dari peningkatan investasi di berbagai sektor seperti infrastruktur, pendidikan, dan layanan kesehatan, yang kemudian berdampak positif pada peningkatan kualitas hidup masyarakat (Mukaffi & Tri Haryanto, 2022). Menurut Reddy, pendapatan yang berasal dari sektor pariwisata dapat meningkatkan kualitas fasilitas layanan, yang memberikan manfaat bagi warga lokal dan wisatawan. Dampak ini juga mencakup pertumbuhan ekonomi yang dipicu oleh belanja rumah tangga dari pendapatan pekerja yang terdampak langsung atau tidak langsung oleh sektor pariwisata. Hal ini menunjukkan pentingnya peran sektor pariwisata dalam mendukung pembangunan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah tujuan wisata.

d. Community-Based Tourism (CBT)

Community-Based Tourism (CBT) atau pariwisata berbasis masyarakat merupakan pendekatan pengembangan pariwisata yang menempatkan masyarakat lokal sebagai aktor utama dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengambilan keputusan destinasi wisata, dengan tujuan memastikan bahwa manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan dapat dinikmati langsung oleh komunitas setempat untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan. Menurut Sunaryo, CBT menekankan kepastian manfaat bagi masyarakat lokal melalui tata kelola yang memberikan kontrol lebih besar kepada komunitas, baik dalam proses pengambilan keputusan maupun distribusi keuntungan dari aktivitas pariwisata (Sarudin, 2023).

Terdapat dua perspektif terkait keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata: keterlibatan dalam pengambilan keputusan mengenai arah dan strategi pengembangan destinasi, serta partisipasi dalam distribusi manfaat ekonomi, sosial, dan budaya yang dihasilkan. Berdasarkan perspektif tersebut, Sunaryo (2013) mengidentifikasi tiga prinsip pokok strategi CBT, yaitu: (1) melibatkan masyarakat secara aktif dalam pengambilan keputusan agar kebijakan mencerminkan aspirasi lokal; (2) menjamin kepastian manfaat nyata bagi masyarakat berupa peningkatan pendapatan dan kesempatan kerja; dan (3) memberikan pendidikan kepariwisataan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola potensi wisata secara mandiri dan berkelanjutan.

UNEP dan WTO (2005) merumuskan sepuluh prinsip dasar CBT yang mencakup pengakuan kepemilikan komunitas dalam industri pariwisata, keterlibatan komunitas di setiap tahap kegiatan, penumbuhan kebanggaan lokal, peningkatan kualitas hidup, keberlanjutan lingkungan, pelestarian keunikan budaya, pembelajaran dan pertukaran budaya, penghargaan terhadap perbedaan budaya dan martabat manusia, distribusi keuntungan yang adil, serta pemberian peran kepada komunitas dalam menentukan proporsi pendapatan dari proyek pariwisata (Pangemanan et al., 2022). Prinsip-prinsip ini menegaskan bahwa CBT bukan sekadar orientasi ekonomi, melainkan pemberdayaan komunitas lokal secara menyeluruh yang mengubah posisi masyarakat dari objek menjadi subjek aktif yang memiliki kendali dalam pengelolaan destinasi wisata.

Suansri (2003) mengemukakan lima aspek utama pengembangan CBT yang mencakup dimensi ekonomi (penciptaan dana komunitas, lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan), sosial (peningkatan kualitas hidup, kebanggaan komunitas, pembagian peran yang adil, dan penguatan organisasi), budaya (penghormatan dan pertukaran budaya serta pembangunan selaras dengan nilai lokal), lingkungan (pengelolaan daya dukung wilayah, sistem pembuangan sampah ramah lingkungan, dan kesadaran konservasi), serta politik (peningkatan partisipasi, penguatan kekuasaan komunitas, dan jaminan hak pengelolaan sumber daya). CBT dikembangkan dengan prinsip keseimbangan antara kepentingan pemerintah, swasta, dan masyarakat lokal, menerapkan konsep ideal "dari masyarakat, oleh masyarakat, dan untuk masyarakat" pada setiap tahapan pembangunan, sehingga pariwisata tidak hanya berorientasi ekonomi tetapi juga mampu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat lokal secara komprehensif.

d. Konsep Wisata Religi dalam Perspektif Maqasyid Syariah

Dalam ekonomi Islam, aktivitas pariwisata tidak hanya dinilai dari aspek material, tetapi harus berorientasi pada kemaslahatan (*maslahah*) yang menyeimbangkan kebutuhan duniawi dan ukhrawi serta kesejahteraan ekonomi dan spiritual. Menurut Umar Chapra, kesejahteraan sejati (*falah*) tercapai melalui distribusi kekayaan yang adil, pemenuhan kebutuhan dasar, dan pengentasan kemiskinan, yang dapat diwujudkan melalui penerapan prinsip maqashid syariah yang mencakup perlindungan terhadap agama (*hifzh al-din*), jiwa (*hifzh al-nafs*), akal (*hifzh al-'aql*), keturunan (*hifzh al-nasl*), dan harta (*hifzh al-mal*) (Khoirunnisa & Saelangi, 2022). Al-Ghazali menegaskan bahwa kesejahteraan masyarakat ditentukan oleh kemampuan memenuhi kelima prinsip dasar tersebut, sehingga dalam konteks wisata religi, setiap unsur maqashid syariah memiliki relevansi kuat sebagai landasan moral dan operasional pembangunan pariwisata berbasis Islam (Wardani & Nurwahidin, 2023).

Perlindungan terhadap agama (*hifzh al-din*) diwujudkan melalui kegiatan ziarah ke makam ulama seperti Syekh Maulana Syamsudin yang memperkuat keimanan, memperdalam nilai tauhid, serta memastikan seluruh aktivitas wisata sesuai prinsip syariah seperti penyediaan fasilitas ramah ibadah dan makanan halal. Perlindungan terhadap jiwa (*hifzh al-nafs*) diterjemahkan melalui penyediaan fasilitas aman dan bersih serta aktivitas refleksi spiritual yang memberikan ketenangan batin dan menekan perilaku negatif. Perlindungan terhadap akal (*hifzh al-'aql*) berfungsi sebagai sarana pendidikan melalui pembelajaran sejarah Islam yang menumbuhkan kesadaran intelektual, sementara perlindungan terhadap keturunan (*hifzh al-nasl*) diperkuat melalui wisata keluarga yang menanamkan nilai keagamaan dan membentuk karakter generasi muda. Perlindungan terhadap harta (*hifzh al-mal*) diwujudkan melalui pengelolaan ekonomi pariwisata yang halal dan adil, seperti usaha kuliner, penginapan syariah, dan perdagangan lokal yang meningkatkan pendapatan serta menciptakan keadilan ekonomi.

Menurut Monzer Kahf (dalam Dahlan & Santosa, 2014), instrumen ekonomi Islam seperti zakat, infaq, sedekah, dan wakaf merupakan mekanisme redistribusi kekayaan untuk mewujudkan kesejahteraan bersama yang dapat diimplementasikan dalam wisata religi melalui alokasi sebagian pendapatan untuk program sosial, perbaikan fasilitas umum, dan pengembangan pendidikan keagamaan. Kahf menjelaskan bahwa kesejahteraan sejati tidak hanya diukur dari peningkatan pendapatan, tetapi juga dari tumbuhnya solidaritas sosial dan terciptanya kehidupan harmonis, sejalan dengan prinsip *maslahah 'ammah* yang mencakup seluruh aspek kehidupan manusia. Dengan demikian, pariwisata religi berbasis maqashid syariah merupakan upaya mengintegrasikan nilai spiritual, sosial, dan ekonomi dalam kerangka pembangunan berkeadilan yang tidak hanya melestarikan ajaran Islam dan budaya lokal, tetapi juga menjadi instrumen

pemberdayaan masyarakat menuju kehidupan makmur, bermartabat, dan penuh keberkahan sesuai visi Islam sebagai rahmatan lil 'alamin.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan menggambarkan secara komprehensif kondisi, situasi, dan berbagai aspek terkait objek penelitian berdasarkan data lapangan, serta memberikan interpretasi terhadap makna fenomena yang dikaji (Sugiyono, 2013). Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus menggali dan memahami strategi pengembangan pariwisata dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui eksplorasi mendalam terhadap makna, pandangan, dan pengalaman para pemangku kepentingan seperti pengurus yayasan, pelaku UMKM, dan peziarah, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman komprehensif mengenai dinamika sosial, ekonomi, dan budaya yang terjadi dalam pengembangan wisata religi Syekh Maulana Syamsudin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Strategi Pengembangan Pariwisata di Makam Syekh Maulana Syamsudin

Pengelolaan kawasan wisata religi Makam Syekh Maulana Syamsudin di Kelurahan Sugihwaras sepenuhnya dilaksanakan oleh Yayasan Syekh Maulana Syamsudin sebagai aktor utama dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan keagamaan serta sosial. Meskipun tidak melibatkan pemerintah desa secara langsung, koordinasi informal tetap terjalin melalui hubungan sosial dan kegiatan keagamaan masyarakat, yang mencerminkan model pengelolaan berbasis yayasan yang berorientasi pada nilai spiritual dan sosial daripada keuntungan ekonomi semata. Adapun strategi pengembangan pariwisata di Makam Syekh Maulana Syamsudin yaitu:

1) Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang diterapkan yayasan tidak menggunakan pendekatan komersial konvensional, melainkan memanfaatkan kegiatan keagamaan rutin seperti haul, maulid Nabi, dan istighotsah sebagai media promosi utama. Berdasarkan penjelasan Dewan Pengawas Yayasan, Bapak Chotibul Umam, mayoritas peziarah datang atas inisiatif pribadi atau kelompok majelis taklim tanpa keterlibatan biro wisata atau agen perjalanan resmi. Kegiatan keagamaan tersebut efektif menarik jamaah dari berbagai daerah dan menciptakan penyebaran informasi secara organik melalui komunikasi antarpeziarah, yang diperkuat dengan penggunaan media sosial seperti Facebook dan WhatsApp untuk berbagi pengalaman spiritual.

Temuan dari wawancara dengan beberapa peziarah mengonfirmasi efektivitas strategi ini, di mana Ibu Edah dari Tangerang mengetahui makam melalui ketua majelis taklim, Ibu Eli dari Pekalongan rutin berziarah setelah mengikuti kegiatan mauludan, dan Bapak Junaidi dari Bogor mengunjungi makam mengikuti rombongan biro wisata yang menyertakan destinasi ini dalam paket perjalanan. Pendekatan pemasaran berbasis nilai religius, sejarah, dan keberkahan tokoh ini sejalan dengan konsep Suwanto (2004) yang menekankan pentingnya menonjolkan keunikan dan karakter khas destinasi, serta didukung oleh penelitian Saifuddin dan Sulistiyani (2022) yang menyimpulkan bahwa promosi berbasis kegiatan sosial-kultural lebih efektif dibandingkan promosi komersial formal dalam menarik minat pengunjung wisata religi.

Strategi pemasaran spiritual ini menciptakan sistem promosi alami dan berkelanjutan, di mana peziarah berperan sebagai agen penyebar informasi kepada komunitasnya masing-masing. Dengan memanfaatkan momentum kegiatan keagamaan dan kekuatan media sosial, yayasan berhasil membangun citra positif destinasi tanpa

mengeluarkan biaya promosi komersial yang besar, sekaligus mempertahankan esensi religius dan karakter sosial yang menjadi identitas utama wisata religi Makam Syekh Maulana Syamsudin.

2) Strategi Produk Wisata

Strategi produk wisata mengacu pada upaya pengembangan dan peningkatan kualitas produk destinasi yang mencakup tidak hanya atraksi utama, tetapi juga keseluruhan pengalaman wisatawan, mulai dari pelayanan, kegiatan pendukung, hingga keterlibatan masyarakat lokal (Suwanto, 2004). Produk wisata utama Makam Syekh Maulana Syamsudin adalah wisata ziarah religi dengan aktivitas spiritual seperti berdoa, membaca tahlil dan yasin, serta mengikuti kegiatan keagamaan rutin (haul, maulid Nabi, dan istighotsah) yang diselenggarakan yayasan, menjadikannya destinasi spiritual bagi peziarah yang ingin meneladani perjuangan tokoh penyebar Islam di Pematang.

Keunikan destinasi ini terletak pada kombinasi nilai religius dengan potensi wisata bahari, karena lokasi makam berhadapan langsung dengan Pantai Tanjungsari yang memungkinkan peziarah menikmati panorama laut dan suasana pesisir setelah berziarah. Berdasarkan testimoni beberapa peziarah, seperti Bapak Junaidi dari Bogor dan Ibu Edah dari Tangerang, pengalaman berziarah menjadi lebih menyenangkan dengan suasana pantai yang sejuk, sementara Ibu Eli dari Pekalongan menyatakan dapat sekaligus menikmati pantai dan matahari terbenam setelah berziarah. Pihak yayasan melalui Bapak Chotibul Umam menegaskan bahwa meskipun pantai menjadi daya tarik tambahan, pengelolaan tetap berfokus pada aspek religi dan sosial tanpa komersialisasi berlebihan, dengan tetap memberikan kebebasan pengunjung menikmati alam tanpa biaya tambahan. Aktivitas ekonomi masyarakat sekitar turut berkembang seiring meningkatnya jumlah peziarah, dengan munculnya warung makan, kios oleh-oleh, penjual minuman, souvenir, dan aksesoris yang menjadi bagian terintegrasi dari produk wisata religi.

Sesuai konsep Suwanto (2004), produk wisata ideal menggabungkan atraksi utama (nilai religius dan kegiatan keagamaan), fasilitas pendukung (panorama bahari dan fasilitas terkelola), serta pelayanan masyarakat secara terpadu, yang telah terwujud di destinasi ini dalam kerangka pariwisata berkelanjutan yang menjaga nilai spiritual dan lingkungan. Dengan demikian, strategi produk wisata Makam Syekh Maulana Syamsudin berhasil mengintegrasikan dimensi religi dan wisata alam yang memberikan manfaat spiritual, emosional, dan ekonomi bagi masyarakat Sugihwaras, menjadikannya destinasi wisata religi dengan karakter unik yang membedakannya dari destinasi sejenis lainnya.

3) Strategi Kelembagaan

Suwanto (2004) menegaskan bahwa strategi kelembagaan merupakan pilar utama dalam menjamin keberlanjutan dan efektivitas pengelolaan destinasi wisata melalui fungsi koordinasi, pembinaan, pengawasan, dan pengambilan keputusan strategis. Pengelolaan Makam Syekh Maulana Syamsudin sepenuhnya berada di bawah Yayasan Syekh Maulana Syamsudin yang memiliki struktur organisasi lengkap terdiri dari dewan pembina, pengurus, pengawas, dan petugas harian yang terbentuk atas dasar gotong royong dan semangat menjaga warisan spiritual.

Meskipun belum ada kerja sama formal dengan pemerintah desa, yayasan memiliki hubungan baik dengan Kelurahan Sugihwaras yang memberikan dukungan moral dan izin pelaksanaan kegiatan keagamaan, sementara seluruh pengelolaan teknis dilakukan langsung oleh yayasan bersama masyarakat lokal. Yayasan mengkoordinir masyarakat agar terlibat dalam menjaga kebersihan makam, menyiapkan konsumsi saat acara keagamaan, hingga menyediakan fasilitas bagi peziarah.

Pola pengelolaan ini sesuai dengan penelitian Silaban dkk (2023) yang menunjukkan bahwa memperkuat lembaga lokal menjadi faktor penting dalam kesuksesan wisata religi, karena mampu menjaga keseimbangan antara aspek spiritual, sosial, dan ekonomi. Secara keseluruhan, meskipun belum ada dukungan formal dari pemerintah daerah, lembaga yayasan sudah menjadi penggerak utama pembangunan wisata religi. Namun, untuk masa depan, dibutuhkan kerja sama yang lebih baik dengan pemerintah desa dan dinas pariwisata agar pengembangan wisata lebih profesional dan memberi manfaat yang lebih besar bagi masyarakat.

4) Strategi Sumber Daya Manusia

Suwantoro (2004) menekankan bahwa pengembangan SDM pariwisata mencakup peningkatan kualitas, disiplin, dan tanggung jawab tenaga kerja, khususnya dalam wisata religi yang juga memerlukan penguatan nilai spiritual dan etika pelayanan. Yayasan Syekh Maulana Syamsudin menerapkan strategi pengelolaan SDM yang cukup baik melalui proses perekrutan terbuka dengan kriteria utama seperti pernah mondok, mampu membaca Al-Qur'an, berpengalaman sebagai imam, dan aktif dalam kegiatan sosial keagamaan.

Setiap dibentuk kepengurusan baru maka Yayasan mengadakan masa training selama tiga bulan untuk memantau kedisiplinan, kejujuran, dan kemampuan melayani jamaah dengan pembinaan langsung dari pengurus senior, kemudian diberikan Surat Keputusan (SK) sebagai pengesahan formal yang memberikan tanggung jawab jelas dalam pelayanan dan pengelolaan kegiatan. SK pengelola Makam Syekh Maulana Syamsudin penting guna menunjukkan structural kepengurusan yang legal.

Dalam aspek keamanan, yayasan bekerja sama dengan Banser NU, Linmas Kelurahan, dan Pos Angkatan Laut untuk pengamanan area makam yang berhadapan langsung dengan Pantai Tanjungsari, menunjukkan koordinasi baik antara unsur keagamaan, sosial, dan pemerintahan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Saepudin (2025) yang menyimpulkan bahwa pengelolaan SDM yang memiliki nilai religiusitas dan sosial memiliki berdampak terhadap keberlanjutan wisata religi, di mana guna memperkuat kompetensi pengurus maka pembinaan spiritual dan kerja sama lintas lembaga menjadi modal penting menjaga eksistensi destinasi wisata religi.

5) Strategi Sarana dan Prasarana

Menurut Suwantoro (2004), kepuasan wisatawan akan meningkat dengan adanya ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai sebagai bagian dari peningkatan kualitas layanan wisata religi. Kawasan Makam Syekh Maulana Syamsudin telah memiliki fasilitas memadai meliputi ruang sekretariat, makam utama yang baru direnovasi (diresmikan September 2025), masjid untuk shalat berjamaah, sumur keramat sebagai daya tarik spiritual, tempat istirahat dan wudhu yang bersih, serta 35 unit toilet yang dikelola petugas kebersihan yayasan dengan kebersihan terjaga ketat setiap hari.

Area parkir yang luas bisa menampung hampir 20 unit bus besar. Akses jalan yang lebar dan sudah diaspal membuatnya lebih unggul dibandingkan tempat makam wali lain yang biasanya aksesnya sempit. Penemuan ini sesuai dengan penelitian Andes dkk, yang menyatakan bahwa fasilitas mendasar seperti toilet, tempat ibadah, area parkir, dan akses jalan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung dan membuat mereka ingin kembali berkunjung.

Walaupun fasilitas penginapan belum ada, tetapi sarana dan prasarana sederhana sudah memadai untuk menampung banyaknya wisatawan. Hal ini menunjukkan profesionalisme yayasan dalam mengelola kawasan berbasis spiritual. Pengembangan sarana dan prasarana berjalan sesuai prinsip dasar pariwisata menurut Suwantoro (2004),

yaitu menciptakan pengalaman berwisata yang aman, nyaman, dan berkesan bagi pengunjung.

Strategi pengembangan wisata religi Makam Syekh Maulana Syamsudin menggunakan pendekatan holistik yang fokus pada nilai religius dan sosial masyarakat. Dimana strategi pemasaran dilakukan melalui kegiatan-kegiatan berbasis spiritual, menggabungkan nilai agama dengan keindahan alam sebagai strategi pengembangan produk wisata, memperkuat lembaga berbasis masyarakat, meningkatkan kualitas SDM melalui pelatihan internal, serta menyediakan fasilitas yang cukup bagi wisatawan.

Strategi pengembangan wisata religi Makam Syekh Maulana Syamsudin masih dilaksanakan secara sederhana dan Kerjasama secara formal dengan pemerintah setempat belum ada, pendekatan berbasis yayasan dan partisipasi masyarakat terbukti efektif dalam menjaga kelangsungan wisata religi. Pola pengembangan ini mencerminkan ciri khas destinasi berbasis nilai spiritual yang tidak hanya bertujuan meningkatkan perekonomian, tetapi juga melestarikan nilai keagamaan, sosial, dan budaya masyarakat setempat. Dengan demikian, wisata religi ini bisa memberikan kontribusi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Sugihwaras secara berkelanjutan.

Pengembangan wisata religi Makam Syekh Maulana Syamsudin akan dilakukan secara bertahap oleh yayasan sehingga dapat memperbaiki kualitas pelayanan dan kepuasan wisatawan. Rencana utama meliputi perbaikan dan revitalisasi fasilitas fisik termasuk renovasi dan perluasan masjid utama serta perbaikan tempat istirahat bagi sopir dan peziarah untuk meningkatkan kenyamanan dan mendorong pengunjung tinggal lebih lama, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar objek wisata religi Makam Syekh Maulana Syamsudin.

Untuk selanjutnya penerbitan kembali buku sejarah Syekh Maulana Syamsudin sebagai upaya pelestarian sejarah dan edukasi wisata religi berbasis nilai lokal dan spiritual. Yayasan juga merencanakan penambahan fasilitas pendukung seperti penataan area parkir yang lebih luas dan tertib, penyediaan papan informasi sejarah di sekitar kompleks makam, serta peningkatan kebersihan area publik seperti toilet dan tempat wudhu.

Dalam mengimplementasikan rencana pengembangan tersebut, yayasan terus menerapkan prinsip gotong royong dengan melibatkan masyarakat setempat dalam berbagai kegiatan pembangunan dan pemeliharaan fasilitas yang dibiayai dari dana infak para peziarah. Pendekatan partisipatif ini tidak hanya memperkuat rasa kepemilikan masyarakat terhadap kawasan makam, tetapi juga mencerminkan semangat kerja sama dalam pengelolaan wisata berbasis komunitas. Pendekatan ini tidak hanya fokus pada peningkatan aspek fisik, tetapi juga memperkuat nilai-nilai religius, pendidikan, dan sosial guna meningkatkan jumlah peziarah serta memperluas manfaat ekonomi untuk kesejahteraan masyarakat.

b. Dampak Ekonomi Pengembangan Wisata Melalui Konsep *Multiplier Effect*

Konsep *multiplier effect* dalam ekonomi pariwisata menjelaskan bahwa setiap pengeluaran wisatawan menciptakan perputaran ekonomi berkelanjutan yang menghasilkan tiga jenis dampak: dampak langsung (*direct effect*), dampak tidak langsung (*indirect effect*), dan dampak lanjutan (*induced effect*) (Yoety, 2006). Di kawasan wisata religi Makam Syekh Maulana Syamsudin, peningkatan jumlah peziarah terutama saat acara keagamaan besar telah menjadi penggerak utama ekonomi masyarakat Kelurahan Sugihwaras, dengan ribuan jamaah datang dari berbagai wilayah Jawa dan luar Pulau Jawa.

Dampak langsung terlihat nyata pada pelaku usaha yang berinteraksi langsung dengan peziarah, seperti pemilik warung makan, penjual souvenir, dan pedagang makanan ringan. Ibu Khosiatun, pemilik warung makan dan penjual udang crispy, melaporkan peningkatan pendapatan hingga tiga kali lipat pada akhir pekan atau acara besar dibandingkan hari biasa. Hal serupa dialami Bapak Kaulan (penjual kaos oleh-oleh Widuri) dan Bapak Rosyid (penjual kacamata) yang memperoleh pendapatan signifikan dari peziarah yang membeli produk mereka, baik untuk keperluan pribadi maupun sebagai kenang-kenangan.

Dampak tidak langsung muncul ketika para pedagang membeli bahan baku dari pelaku ekonomi lain seperti pasar tradisional, petani sayuran, dan nelayan lokal, menciptakan rantai pasok yang saling menguntungkan. Ibu Khosiatun menyebutkan bahwa ia membeli bahan baku dapur dari pasar dan membeli udang serta ikan langsung dari nelayan Sugihwaras, sehingga perputaran uang tidak terbatas di kawasan makam tetapi menyebar ke sektor ekonomi yang lebih luas. Sementara itu, dampak lanjutan terjadi ketika pendapatan dari aktivitas wisata digunakan masyarakat untuk konsumsi rumah tangga, investasi kendaraan, biaya pendidikan anak, bahkan pelaksanaan ibadah umroh, serta kegiatan sosial-keagamaan seperti pemberian makanan saat acara haul melalui iuran bersama.

Fenomena ini mencerminkan teori *multiplier effect* yang menunjukkan bahwa aktivitas wisata menciptakan efek berantai yang menyentuh berbagai lapisan masyarakat (Loda & Gamatara, 2025). Sejalan dengan penelitian Mukaffi dan Tri Haryanto (2022), ketiga kategori dampak tersebut langsung, tidak langsung, dan lanjutan membentuk sistem ekonomi dinamis yang tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga mendorong pemerataan manfaat serta penguatan solidaritas sosial dan spiritual masyarakat. Dengan demikian, wisata religi di Makam Syekh Maulana Syamsudin berfungsi sebagai motor penggerak ekonomi lokal sekaligus medium pelestarian nilai spiritual yang memiliki potensi menjadi model pengembangan ekonomi berbasis spiritual berkelanjutan di Kabupaten Pematang Jaya.

Kesejahteraan masyarakat dalam wisata religi tidak hanya dilihat dari meningkatnya pendapatan, tetapi juga dari terpenuhinya berbagai kebutuhan seperti sosial, spiritual, dan moral. Teori hierarki kebutuhan dari Abraham Maslow (1943) menjelaskan bahwa seseorang merasa sejahtera ketika semua kebutuhan mulai dari kebutuhan dasar, rasa aman, kebutuhan sosial, penghargaan, hingga aktualisasi diri terpenuhi secara seimbang. Di kawasan Makam Syekh Maulana Syamsudin, kelima tingkat kebutuhan tersebut terpenuhi secara bertahap melalui berkembangnya aktivitas wisata religi.

Kebutuhan fisiologis terpenuhi melalui peningkatan pendapatan pelaku UMKM yang cukup untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, kesehatan, pendidikan, bahkan menyisihkan dana untuk ibadah umroh. Kebutuhan rasa aman dijamin oleh Yayasan Syekh Maulana Syamsudin melalui kerja sama dengan Banser, Linmas, dan Pos Angkatan Laut dalam menjaga ketertiban, sehingga masyarakat dapat beraktivitas ekonomi tanpa khawatir. Kebutuhan sosial dipenuhi melalui kegiatan keagamaan rutin yang menjadi media interaksi dan menumbuhkan solidaritas antarwarga, sementara kebutuhan penghargaan terpenuhi dengan adanya pengakuan sosial dan Surat Keputusan (SK) dari yayasan bagi pengurus dan petugas. Pada tingkat tertinggi, kebutuhan aktualisasi diri terpenuhi ketika masyarakat berperan dalam menjaga warisan spiritual tokoh Syekh Maulana Syamsudin dengan motivasi keberkahan, keikhlasan, dan pengabdian yang memperkaya kehidupan spiritual mereka.

Perspektif Islam melalui konsep masalah dari Al-Ghazali melengkapi pandangan Maslow dengan menekankan lima prinsip dasar syariat (*maqashid al-syari'ah*): perlindungan terhadap agama (*al-din*), jiwa (*al-nafs*), akal (*al-'aql*), keturunan (*al-nasl*), dan harta (*al-mal*). Di kawasan wisata religi ini, kelima aspek tersebut terimplementasi dengan baik: perlindungan agama melalui kegiatan pengajian dan istighotsah yang memperdalam spiritualitas; perlindungan jiwa melalui lingkungan aman dan kondusif; perlindungan akal melalui kajian kitab kuning dan ceramah keagamaan sebagai media pendidikan informal; perlindungan keturunan melalui kemampuan finansial yang memadai untuk pendidikan dan kesehatan anak dalam suasana religius; serta perlindungan harta melalui aktivitas ekonomi halal yang berlandaskan nilai keikhlasan dan keberkahan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Khoirunnisa dan Saelangi (2022) yang menyatakan bahwa kesejahteraan dalam perspektif Islam mencakup terpenuhinya kebutuhan spiritual dan sosial yang mendukung kehidupan seimbang. Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi di sekitar makam tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga memperkuat kohesi sosial melalui kerja sama menjaga kebersihan dan melayani peziarah, didorong oleh nilai keberkahan yang memperkuat motivasi masyarakat. Dengan demikian, pengembangan wisata religi di Makam Syekh Maulana Syamsudin merupakan model pariwisata berbasis spiritual yang berorientasi pada kesejahteraan berkelanjutan, menciptakan harmoni antara nilai material dan keagamaan serta memenuhi konsep kesejahteraan holistik baik dalam perspektif Maslow maupun Al-Ghazali sebagai *masalah 'ammah* (kemaslahatan umum) bagi masyarakat Sugihwaras.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan diskusi, dapat disimpulkan bahwa: Pengembangan destinasi wisata religi di Makam Syekh Maulana Syamsudin dilaksanakan melalui lima pendekatan utama menurut Suwanto (2004), yakni strategi pemasaran yang berfokus pada kegiatan keagamaan dan penggunaan media sosial, strategi produk yang menonjolkan aktivitas ziarah serta keindahan Pantai Tanjungsari, strategi kelembagaan dengan memperkuat peran Yayasan Syekh Maulana Syamsudin, strategi sumber daya manusia melalui pembinaan yang berlandaskan nilai-nilai religius dan kolaborasi antar pihak, dan strategi sarana prasarana dengan meningkatkan fasilitas ibadah serta kemudahan akses. Beberapa faktor yang mendukung pengembangan ini mencakup bertambahnya jumlah peziarah, lokasi yang strategis, dan pertumbuhan dana infaq, sementara faktor yang menjadi penghambat adalah terbatasnya lahan dan infrastruktur yang belum berkembang secara optimal.

Secara keseluruhan, pengembangan wisata religi ini membawa dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat, baik dari sisi ekonomi, sosial, maupun spiritual, dengan munculnya efek berganda, peningkatan pendapatan masyarakat, serta berkembangnya nilai-nilai religius dan solidaritas sosial di wilayah Sugihwaras.

DAFTAR PUSTAKA

- Baloch, Q. B., Shah, S. N., Iqbal, N., Sheeraz, M., Asadullah, M., Mahar, S., & Khan, A. U. 2023. Impact Of Tourism Development Upon Environmental Sustainability: A Suggested Framework For Sustainable Ecotourism. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(3), 5917–5930. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-22496-w>
- Chaniago, N. 2024. Peranan Sektor Pariwisata Dalam Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Di Kawasan Indonesia Timur. 32(1).

- Jayadi, R., & Solatiah, B. 2023. Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Pada Masyarakat Pelaku Usaha di Sekitar Objek Wisata Pantai Selong Belanak, Kecamatan. Praya Barat, Kabupaten. Lombok Tengah). *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis*, 5(2), 104–120. <https://doi.org/10.69503/econetica.v5i2.549>
- Khoirunnisa, S. A., & Saelangi, P. M. 2022. Konsep Kesejahteraan dalam Pandangan Ekonomi Muslim: Kritik atas Konsep Kesejahteraan Ekonomi Barat. *Al-'Aqdu: Journal of Islamic Economics Law*, 2(1), 51. <https://doi.org/10.30984/ajiel.v2i1.1991>
- Lase, F. M., Ndraha, K., & Molama, Y. 2023. Hakikat Wisata Religi Dan Hubungannya Dengan Wisata Ziarah. 2.
- Latifah, E. 2023. Tradisi Ziarah Dalam Masyarakat Jawa Perspektif Filsafat Nilai Max Scheler. 15(2).
- Loda, A. E., & Gamatara, M. P. J. 2025. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Pengentasan Kemiskinan Pada Kabupaten/Kota Di Provinsi NTT. 9.
- Mawadda, S., Aslami, N., & Harahap, R. D. 2023. Analisis Dampak Pembangunan Sektor Pariwisata Halal dalam Meningkatkan Pendapatan dan Jumlah Tenaga Kerja (Studi Kasus Kecamatan Bahorok). *Journal of Management & Business*, 6(2), 328–241.
- Mukaffi, Z. & Tri Haryanto. 2022. Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Tourism, Hospitality and Destination*, 1(2), 38–43. <https://doi.org/10.55123/toba.v1i2.356>
- Nariswari, K. P., Akiriningsih, T., & Budiningtyas, E. S. 2023. Penerapan Komponen Pariwisata Dalam Upaya Meningkatkan Daya Tarik Wisata Di Kampung Batik Kauman Surakarta. 4.
- NU Online. 2024. Anjuran Ziarah Kubur.
- Pangemanan, J., Wewengkang, S., Tuwaidan, A., & Tangian, D. 2022. Pengembangan Community Based Tourism Di Desa Sarawet Kecamatan Likupang Timur Kabupaten Minahasa Utara. 2
- Qur'an, A. A., Marini, T., & Hidayat, M. 2023. Pengembangan Desa Wisata Berbasis Community Based Tourism (CBT) pada Situ Tirta Marta90 Purbalingga Perspektif Islam. *MABSYA : Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5, 33–34. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v5i1.8021>
- Razak, J. 2024. Strategi Pengembangan Desa Wisata Ngilngof, Kabupaten Maluku Tenggara Sebagai Destinasi Wisata Berkelanjutan Berbasis Masyarakat. *Tata Loka*, 26.
- Saifuddin, S., & Sulistiyani, T. 2022. Strategi pengembangan wisata pantai dalam upaya meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(11), 5266–5271. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1846>
- Sarudin, R. 2023. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Kampung Saungkuriang Kota Tangerang. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(1), 220–228. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.57709>.
- Silaban, E., Tamba, S., Sianipar, R. E., & Situmeang, D. M. 2023. Manajemen Pengelolaan Wisata Religi. 2.
- Silaban, E., Tamba, S., Sianipar, R. E., & Situmeang, D. M. 2023. Manajemen Pengelolaan Wisata Religi. 2.
- Suansri, P. 2003. *Community Based Tourism Handbook. Responsible Ecological Social Tour-REST*.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- Sunaryo, B. 2013. *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata: Konsep dan aplikasinya di Indonesia (Cetakan I)*. Gava Media.
- Suwantoro, G. 2004. *Dasa-Dasar Pariwisata*. Andi

- Tohopi, R., Ngabito, F. M., & Mukdin, N. B. 2025. Implementasi CommunityBased Tourism sebagai Strategi Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan.
- Wardani, V. D., & Nurwahidin, N. 2023. Pemikiran Ekonomi Muslim Klasik Masa Al-Ghazali. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 9(2), 2320.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8791>
- Yoety, O. A. (Ed.). 2006. Pariwisata budaya: Masalah dan solusinya (Cet. 1). Pradnya Paramita.