# WISATA RELIGI DAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KELUARGA

**Afif Muamar, MHI**
**Mohamad Mabruri Faozi, MA**

**Penerbit :**
**CV. Elsi Pro**

# WISATA RELIGI DAN PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF KELUARGA

**Afif Muamar, MHI**
**Mohamad Mabruri Faozi, MA**

oleh : CV. ELSI PRO
Jl Perjuangan By Pass Cirebon No Hp 081320380713
Email : chiplukan@yahoo.com

| | |
|---|---|
| Editor | : Edy Waloyo, M.Pd<br>dan Wakhid Nashruddin, M.Pd |
| Desain cover & layout | : Khayatun Nufus |
| Percetakan | : CV. ELSI PRO |
| Cetakan Pertama | : Agustus 2019<br>83 Halaman |
| ISBN | 978-602-1091-93-7 |

Hak Cipta dilindungi Undang- undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari penerbit

# KATA PENGANTAR

## Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
## IAIN Syekh Nurjati Cirebon

Problem yang sangat hangat diperbincangkan beberapa tahun terakhir ini adalah peranan pariwisata dalam membangun negara secara makro dapat dirumuskan dalam tiga segi, yaitu ekonomis, sosial, dan kebudayaan. Dalam pasal 3 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan dinyatakan bahwa fungsi kepariwisataan adalah memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan, serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

Pariwisata sebagai pemenuhan kebutuhan rohani diimplementasikan melalui wisata religi, dan salah satu kawasan wisata religi yang memiliki potensi dan menjadi tujuan wisatawan di Jawa Barat adalah Pemakaman Sunan Gunung Djati Cirebon, yang pada kelanjutannya membuka kesempatan usaha bagi masyarakat sekitar untuk melakukan kegiatan ekonomi kreatif. Hal ini tidak terlepas dari tiga tujuan, yaitu pertama, pariwisata merupakan sektor padat karya karena kegiatannya lebih banyak dalam bidang pelayanan jasa dan usaha. Kedua, strategi usaha yang biasa diterapkan oleh pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, yaitu mengutamakan barang atau layanan jasa sebagai produk andalan, harga produk yang relatif murah, lokasi yang strategis, peningkatan volume penjualan melalui promosi, sumber daya manusia yang memadai, dan menjaga kualitas produk. Dan ketiga, faktor-faktor utama yang mempengaruhi tingkat pendapatan ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Buku yang ditulis oleh saudara Afif Muamar dan Mohamad Mabruri Faozi ini mengungkap praktik ekonomi kreatif yang dijalankan oleh warga sekitar kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon. Fokus utama yang menjadi kelebihan buku ini adalah gagasan yang mengintegrasikan dua aspek sekaligus, yaitu keluarga dan ekonomi kreatif, sehingga buku ini memberikan cara pandang baru tentang pengembangan

ekonomi kreatif dengan menekankan pentingnya peran keluarga dalam berkontribusi membangun ekonomi secara mandiri, dan tentunya memiliki nilai kontruktif bagi kawasan wisata religi di Cirebon. Karena itu, buku ini sangat baik untuk dibaca bagi pemerintah daerah, pengelola wisata, pelaku ekonomi kreatif, dan klayak umum yang berminat dalam bidang ini. Semoga buku ini memberikan manfaat dan menambah khazanah pengetahuan.

Cirebon, 01 Agustus 2019

Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag

## DAFTAR ISI

Halaman

**KATA PENGANTAR ..... i**
**DAFTAR ISI ..... iii**

**BAB I KELUARGA, EKONOMI KREATIF DAN WISATA RELIGI ..... 1**
A. Pendahuluan ..... 1
B. Definisi Keluarga ..... 4
C. Definisi Ekonomi Kreatif ..... 13
D. Definisi Wisata Religi ..... 16

**BAB II PRAKTIK EKONOMI KREATIF DI WISATA RELIGI ..... 21**
A. Ekonomi Kreatif di Kawasan Wisata Religi Sunan Gunung Djati Cirebon ..... 21
B. Perkembangan Wisata Religi Sunan Gunung Djati Cirebon ..... 22
C. Peluang Usaha Ekonomi Kreatif bagi Masyarakat ..... 26

**BAB III PENINGKATAN KESEJAHTERAAN KELUARGA DAN STRATEGI USAHA EKONOMI KREATIF 41**
A. Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Ekonomi Kreatif ..... 41
B. Strategi Usaha Ekonomi Kreatif..... 43
1. Mengutamakan Barang atau Layanan Jasa sebagai Produk Andalan ..... 43
2. Harga Produk yang Ditawarkan Relatif Murah..... 46
3. Pemilihan Lokasi Penjualan yang Strategis ..... 48
4. Peningkatan Volume Penjualan melalui Promosi . 51
5. Sumber Daya Manusia (SDM) yang Memadai ..... 52

6. Menjaga Kualitas Produk melalui Proses yang Baik ..... 54
**BAB IV PROBLEMATIKA MENURUNNYA PENDAPATAN PELAKU EKONOMI KREATIF ..... 57**
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Ekonomi Kreatif ..... 57
1. Faktor Internal ..... 57
2. Faktor Eksternal ..... 64

**BAB V PENUTUP ..... 69**
**DAFTAR PUSTAKA ..... 71**