

**RELIGI, BUDAYA DAN EKONOMI KREATIF:
Prospek dan Pengembangan Pariwisata Halal di Cirebon**

Aan Jaelani, Edy Setyawan dan Nursyamsudin
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon
e-mail: *iainanjal@gmail.com, edysetyawano@gmail.com*
dan *nursyam1978@gmail.com*

Abstract

This article confirms that tourism activities including religious, cultural and creative centers in Cirebon are developing separately from local government policy and program implementation, but tourism development activities are getting more advanced in the city and district of Cirebon. With a trend-analysis approach, this article is based on data collected through interviews, exploration of events, news and information from print media and electronic media, as well as documents from tourism organizers in Cirebon. This paper concludes that Cirebon positioned itself as one of the destinations for the development of halal tourism that became the center of the tourism industry in the future.

Keywords: *Religion, Culture, Creative Economy, Halal Tourism.*

Abstrak

Artikel ini menegaskan bahwa aktivitas pariwisata termasuk sentra religi, budaya dan ekonomi kreatif di Cirebon berkembang secara terpisah dari sisi kebijakan pemerintah daerah, pelaksanaan program-program, dan strategi pengembangan kawasan wisata baik di kota dan kabupaten Cirebon. Dengan pendekatan trend-analysis, artikel ini berpijak pada data yang dikumpulkan melalui hasil wawancara, eksplorasi terhadap peristiwa, berita dan informasi dari media cetak dan media elektronik, serta dokumen dari institusi penyelenggara pariwisata di Cirebon. Tulisan ini menyimpulkan bahwa Cirebon memposisikan diri sebagai salah satu destinasi bagi pengembangan wisata halal yang menjadi sentra industri pariwisata di masa mendatang.

Kata Kunci: *Religi, Budaya, Ekonomi Kreatif, Wisata Halal.*

PENDAHULUAN

Studi Rinschede¹ menemukan bahwa dalam banyak hal pariwisata sekarang ini dilihat sebagai fenomena penting dari gaya hidup manusia dan agama menjadi motif tidak terpisahkan untuk melakukan suatu perjalanan religius. Timothy dan Olsen² menyatakan bahwa perjalanan religius bukan fenomena baru, sedangkan Fleischer³ dan Smith⁴ menggambarkan bahwa sebenarnya hal itu dianggap sebagai salah satu bentuk pariwisata tertua, dan juga sebagai alasan utama untuk perjalanan non-ekonomi yang ada sebelum Kristen. Hal ini menunjukkan bahwa orang selalu tertarik mengisi aspek rohani kehidupan dan dunia di mana mereka tinggal, sehingga mereka menilai makna kesucian didalamnya. Sementara Vukonic⁵ memaparkan bahwa hari ini, agama dapat menjadi keyakinan pribadi, tingkat keyakinan dalam satu dogma atau lainnya, atau dalam arti ritual dan pencarian makna terlihat dengan melibatkan perjalanan ke tempat-tempat suci dan mengambil bagian dalam ritual yang ada. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa agama secara signifikan mempengaruhi bentuk pariwisata, dan wisata religi terjadi karena faktor agama.

Rinschede⁶ menyatakan bahwa pariwisata religius juga telah mengembangkan hubungan dekat dengan liburan, wisata budaya dan aspek lain dari pengembangan pariwisata, atau

Shackle⁷ menegaskan adanya keterkaitan pula dengan manajemen dan perlindungan lingkungan. Jigang dan Yunmei⁸ mencatat bahwa dibandingkan dengan jenis lain dari pariwisata, wisata religi ditandai dengan pasar wisata yang stabil, kunjungan tingkat tinggi berulang dan jumlah pengunjung terus-menerus. Hal ini penting untuk dicatat bahwa banyak sarana baru dan tujuan agama yang terus muncul dan tidak selalu diakui oleh otoritas wisata, dan oleh karena itu tidak pada setiap peta pariwisata, tetapi menarik sejumlah peziarah dan pengunjung.

Joppe, Martin dan Waalen⁹ berargumen bahwa ada kebutuhan awal yang jelas mengidentifikasi keinginan wisatawan ke tempat-tempat suci, dan setelah itu untuk menyediakan fasilitas dan manfaat, sehingga menyebabkan peningkatan kepuasan bagi harapan dan pengalaman tak terlupakan. Sementara perjalanan berorientasi religius berupa ziarah telah ada sejak abad sebelumnya, dalam beberapa tahun terakhir telah berkembang menjadi pasar yang jauh lebih besar dan lebih tersegmentasi, dengan bentuk mulai dari wisata religius *high-end*, perjalanan relawan berorientasi agama dan untuk ziarah modern seperti kunjungan ke Karmapa di Tibet. Jadi, pariwisata religius termasuk perjalanan ke situs tujuan agama (misalnya perjalanan ke Tanah Suci), perjalanan dengan maksud spiritual (misalnya konferensi Kristen), atau bahkan perjalanan liburan dengan persekutuan niat (misalnya *Faith based Cruise*).

¹Rinschede, "Forms of religious tourism", *Annals of Tourism Research*, 1992, 19, 57.

²Timothy dan Olsen (eds.), *Tourism, Religion and Spiritual Journeys* (Abingdon: Routledge, 2006), 23.

³Fleischer, "The Tourist Behind the Pilgrim in the Holy Land," *International Journal of Hospitality Management*, 2000, 19 (3): 311-326.

⁴Lihat Smith, "Special Issue: Pilgrimage and Tourism". *Annals of Tourism Research*, 1992b, 19 (1).

⁵Vukonic, *Tourism and Religion* (Oxford: Pergamon, 1992), 90.

⁶Rinschede, "Forms of religious tourism", *Annals of Tourism Research*, 1992, 19, 51-67. 54.

⁷Shackley, "Managing the Cultural Impact of Religious Tourism in the Himalayas, Tibet and Nepal". In M. Robinson and P. Boniface (eds.), *Tourism and Cultural Conflicts* (Wallingford: CABI, 1999), 95-111.

⁸Jigang dan Yunmei, "Development of Religious Tourism: A Case Study of Nanhua Temple in Guangdong Province," *Tropical Geography*, 1996, 1, 209.

⁹Joppe, Martin dan Waalen, "Toronto's Image as a Destination: A Comparative Importance-Satisfaction Analysis by Origin of Visitor," *Journal of Travel Research*, 2001, 39: 252-260.

Pariwisata di Cirebon beberapa tahun terakhir mengandalkan wisatawan domestik seiring semakin lesunya tingkat kunjungan wisatawan asing di kota tersebut. Sepanjang 2013 tingkat kunjungan wisatawan asing mengalami penurunan cukup drastis sebesar 50% dari tingkat kunjungan wisata tahun sebelumnya. Sementara itu para pengusaha hotel di Kota Cirebon mengandalkan wisatawan domestik karena kunjungan wisatawan asing dari berbagai negara lesu. Kondisi ekonomi global cukup berpengaruh terhadap kunjungan hotel dari kalangan wisatawan asing apalagi jika kondisi politik lokal kurang bersahabat.¹⁰

Berdasarkan data statistik Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cirebon, kunjungan turis asing maupun domestik pada 2012 sekitar 456.589 orang, sedangkan pada 2013 sekitar 540.945 orang. Untuk menaikkan kunjungan turis asing, Disporbudpar melakukan kerjasama dengan pihak lain, seperti dengan keraton-keraton yang ada di Cirebon. Kerjasama ini terutama ditingkatkan karena anggaran bidang pariwisata tahun ini menurun dibandingkan tahun sebelumnya. Pada 2014 ini, anggaran untuk pariwisata sekitar Rp. 400 juta, sedangkan pada 2013 sekitar Rp. 700 juta. Omzet pariwisata padahal mencapai sekitar Rp. 17,5 miliar pada 2013, terutama dari pajak hotel dan restoran. Karena anggaran harus dibagi-bagi dengan instansi lain, sehingga untuk pengembangan pariwisata mengalami hambatan.¹¹

Dari perspektif ekonomi, dampak positif pariwisata yang bisa dicapai dalam memosisikan Cirebon sebagai destinasi wisata, antara lain mendatangkan

pendapatan bagi daerah, pasar potensial bagi produk barang dan jasa masyarakat setempat, memperluas penciptaan kesempatan kerja, sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD), dan merangsang kreativitas seniman.¹²

Fakta lokal di Cirebon menunjukkan maraknya pengembangan sektor-sektor industri, khususnya hotel dan tempat perbelanjaan yang secara langsung telah merubah identitas kota masa lampau.¹³ Hal inipun belum diikuti dengan pengembangan kawasan berbasis ekonomi lokal, seperti berbagai jenis kuliner dan seni budaya yang kaya dengan tradisi lokal. Peninggalan sejarah dan cagar budaya yang ada bisa dimanfaatkan sebagai sumber inspirasi dan informasi tentang kreativitas budaya manusia dan kemampuan manusia dalam meningkatkan kualitas hidupnya di masa lalu.¹⁴ Meskipun Cirebon memiliki peninggalan budaya yang beragam, namun pengembangan sektor pariwisata masih memerlukan keseriusan pemerintah jika menempatkan peninggalan cagar budaya ini sebagai salah satu sumber pendapatan masyarakat lokal.

Cirebon memiliki banyak potensi pula dalam mengembangkan ekonomi kreatif yang dikelola oleh masyarakat. Potensi ekonomi kreatif yang dimiliki Cirebon antara lain bidang pariwisata khususnya wisata religi, wisata budaya, aneka kuliner dan kerajinan yang dapat dikembangkan menjadi sektor ekonomi kreatif.¹⁵ Segmen pasar dari sejumlah

¹⁰Dana Kartiman, "Potensi Wisata Kota Cirebon Kurang Perhatian". Diakses dari <http://www.cirebontrust.com> pada tanggal 18 September 2014.

¹¹Dana Kartiman, "Potensi Wisata Kota Cirebon Kurang Perhatian". Diakses dari <http://www.cirebontrust.com> pada tanggal 18 September 2014.

¹² Aan Jaelani, "Cirebon as the Silk Road: A New Approach of Heritage Tourism and Creative Economy." *Journal of Economics and Political Economy*, 2016: 3(2), 264-283.

¹³Aan Jaelani, "Islamic Tourism Development in Cirebon: The Study Heritage Tourism in Islamic Economic Perspective". *Journal of Economics Bibliography*, 2016: 3(2), 215-235.

¹⁴Aan Jaelani, "Religious Heritage Tourism and Creative Economy in Cirebon: The Diversity of Religious, Cultures and Culinary". *Journal of Social and Administrative Sciences*, 2016: 3(1), 63-76.

¹⁵Aan Jaelani, "Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects." *International*

produk yang dimiliki Cirebon cukup banyak mulai dari daerah Jakarta, Bandung, Tegal, Brebes, dan daerah di wilayah III Cirebon itu sendiri. Aktivitas pariwisata dan ekonomi kreatif yang berjalan secara terpisah dari sisi kebijakan pemerintah daerah, pelaksanaan program-program, dan partisipasi masyarakat menjadi masalah utama dalam pengembangan pariwisata dengan menjadikan Cirebon sebagai destinasi wisata.

Dengan demikian, tulisan ini akan memfokuskan pada potret wisata religi dan ziarah sebagai *religious heritage tourism* di Cirebon, pengelolaan industri pariwisata dan pengembangan ekonomi kreatif di Cirebon, dan potret Cirebon sebagai sentra wisata, budaya, dan ekonomi kreatif.

LITERATURE REVIEW

Dalam pandangan Medic dan Middleton,¹⁶ pariwisata (*tourism*) adalah konsep yang rumit mencakup berbagai pertimbangan sosial, perilaku, ekonomi, politik, budaya, dan lingkungan. Konsep pariwisata terdiri dari serangkaian kegiatan, layanan, dan manfaat yang memberikan pengalaman tertentu kepada para turis. Adapun menurut Buchalis,¹⁷ tujuan wisata memiliki lima unsur penting, yaitu atraksi, akses, fasilitas, kegiatan, dan jasa pariwisata. Sedangkan kajian pariwisata dapat dilakukan dari berbagai perspektif keilmuan atau disiplin ilmu yang beragam.

Studi yang dilakukan Richardson dan Fluker¹⁸ mengklasifikasikan batasan tentang komponen pariwisata, yaitu (1) adanya unsur travel (perjalanan, yaitu

pergerakan manusia dari satu tempat ke tempat lain; (2) adanya unsur tempat tinggal sementara di tempat yang bukan merupakan tempat tinggal yang biasanya; dan (3) tujuan utama dari pergerakan manusia tersebut bukan untuk mencari penghidupan/pekerjaan di tempat yang dituju.

Adapun beberapa kajian wisata religi dapat ditelusuri, misalnya Tajzadeh Namin A.A.,¹⁹ Henderson,²⁰ Zamani Farahani dan Anderson,²¹ Hassan,²² Din K.,²³ Rinschede,²⁴ Vukonic,²⁵ Graburn,²⁶ Nash,²⁷ Smith,²⁸ Franklin,²⁹ Shackley,³⁰ Pitana dan

¹⁹Namin A.A. Tajzadeh, "Value Creation in Tourism: An Islamic Approach." *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 2013, 4 (5).

²⁰Henderson, "Sharia-Compliant Hotel." *Tourism and Hospitality Research*, 2010, 10 (3): 246-254.

²¹Zamani Farahani dan Anderson, "Islamic Tourism and Managing Tourism Development In Islamic Societies: the Cases of Iran and Saudi Arabia," *International Journal of Tourism Research*, 2010, 12 (1): 79- 89.

²²Hassan, "Islamic Tourism: The Concept and the Reality," *Islamic Tourism*, 2004, 14 (2).

²³Din K, "Islam and Tourism: Patterns, Issues, and Options," *Annals of Tourism Research*, 1989, 16: 542-563.

²⁴Rinschede, "Forms of Religious Tourism", *Annals of Tourism Research*, 1992, 19, 51-67.

²⁵Vukonic, *Tourism and Religion* (Oxford: Pergamon, 1992).

²⁶Graburn, "Tourism, Modernity and Nostalgia". Dalam Ahmed and C. Shore, eds., *The Future of Anthropology: Its Relevance in the Contemporary World* (London: The Athlone Press, 2001).

²⁷Nash, *Anthropology of Tourism* (Oxford: Pergamon, 1996).

²⁸Smith, "Introduction: the Quest in Guest," *Annals of Tourism Research*, 1992a, 19 (1): 1-17, dan Smith, "Special Issue: Pilgrimage and Tourism," *Annals of Tourism Research*, 1992b, 19 (1).

²⁹Franklin, *Tourism: a New Introduction* (London: Sage Publications, 2003).

³⁰Shackley, *Managing Sacred Sites* (London: Continuum, 2001).

Review of Management and Marketing, 2017: 7(3): 25-34.

¹⁶Medic dan Middleton, "Product Formulation in Tourism," *Tourism and Marketing*, 1973, 13: 173-201.

¹⁷Buchalis, "Marketing the Competitive Destination of the Future," *Tourism Management*, 2000, 21: 98.

¹⁸Richardson dan Fluker, *A History of Australian Travel and Tourism* (Melbourne: Hospitality Press, 2004), 5.

Gayatri,³¹ Antara dan Pitana,³² Sigaux,³³ dan Humaedi.³⁴

Kajian wisata religi di Cirebon ini penting dilakukan, bukan hanya daerah ini sebagai pusat pengembangan keislaman dan sebutan “kota wali” dengan berbagai peninggalan cagar budaya dan sejarah, melainkan juga memiliki keragaman budaya, etnis dan agama, kesenian masyarakat dengan produk-produk seni yang beragam, produk kuliner yang menjadi ciri khas masyarakat, dan sejumlah aspek lain yang dapat mendukung dari sisi ekonomi dalam mewujudkan Cirebon sebagai destinasi wisata. Karena itu, untuk memahami Cirebon sebagai destinasi wisata akandilihat dari sisi pengelolaan pariwisata, khususnya potret wisata religi, dengan menggunakan teori budaya, teori *heritage tourism*, dan teori pembangunan.

Pertama, teori budaya menegaskan bahwa budaya sebagai suatu produk wisata. Menurut Hewison,³⁵ budaya dikonsumsi sebagai komoditas karena didalamnya terkandung nilai *experiences*. Graham *et al*³⁶ menjelaskan bahwa pada masyarakat modern, *heritage* seringkali dijadikan komoditas yang bernilai ekonomis untuk kepentingan industri pariwisata, padahal nilai yang terkandung pada *heritage*

sebenarnya lebih dari pada anggapan *heritage* sebagai sebuah barang dan jasa, akibatnya terjadilah eksploitasi *heritage* sebagai sebuah produk pariwisata, dan jika tidak dikelola secara bijaksana akhirnya *heritage* akan diperjualbelikan, distandarkan seperti layaknya sebuah barang yang berwujud padahal *heritage* itu juga mengandung elemen tak berwujud “*intangible*” yang mengandung nilai yang tidak pernah dapat distandarkan dan dihitung secara ekonomis.

Kedua, teori *heritage tourism*, sebagaimana hasil studi Sigala dan Leslie³⁷ yang menyebutkan bahwa peninggalan atau warisan masa lampau merupakan sebuah industri. Hal ini karena aktivitas pariwisata mengacu kepada aktifitas modern yang dapat direncanakan, dikontrol dan mempunyai tujuan untuk menghasilkan produk di pasar atau market. Sedangkan menurut Smith,³⁸ *heritage* dan *tourism* merupakan perpaduan dua industri, ‘*heritage*’ berperan untuk merubah sebuah lokasi menjadi destinasi dan ‘*tourism*’ merupakan pewujudan dari aktifitas ekonomi.

Heritage dapat berwujud bangunan kuno, candi, museum, atau artefak lainnya yang dijadikan dan disajikan serta ditawarkan kepada visitor atau wisatawan. Dengan segala kreatifitas pengelolaan, situs-situs *heritage* kemudian dikemas sedemikian rupa pada sebuah iklan, brosur atau presentasi audio visual sesuai target visitor yang diharapkan untuk berkunjung. Selanjutnya *heritage* yang telah dikemas tersebut disebut produk yang siap dikonsumsi oleh wisatawan.

Ketiga, teori-teori pembangunan menjelaskan bahwa pembangunan secara alamiah merupakan proses perubahan dan penjelasan dalam suatu cara yang beragam.

³¹Pitana dan Gayatri, *Sosiologi Pariwisata* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005).

³²Antara dan Pitana, “Tourism Labour Market in the Asia Pacific Region: The Case of Indonesia.” Paper Presented at *the Fifth UNWTO International Conference on Tourism Statistics: Tourism an Engine for Employment Creation* (Bali, Indonesia, 30 Maret - 2 April 2, 2009).

³³Sigaux, *History of Tourism* (London: Leisure Arts, 1996).

³⁴M. Alie Humaedi, “Jejaring Kebudayaan Masyarakat Pantai Utara Jawa: Cirebon dan Gresik”. *Laporan Penelitian Insentif Peningkatan Kemampuan Peneliti dan Perekayasa* (Kementerian Riset dan Teknologi-LIPI, 2010).

³⁵Hewison, *The Heritage Industry: Britain in a Climate of Decline* (London: Methuen, 1988), 57.

³⁶Graham, et al., *A Geography of Heritage: Power, Culture, and Economy* (London: Arnold, 2000), 56.

³⁷Sigala dan Leslie, *International Cultural Tourism: Management, Implications and Cases* (Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2005), 77.

³⁸Smith, *Tourism Analysis: A Handbook* (Essex: Longman, 1995).

Harrison menilai bahwa pendekatan pembangunan tradisional menekankan suatu kegunaan *framework* bagi penjelasan pola-pola dan proses-proses pengembangan pariwisata. Teori-teori pembangunan ini digunakan untuk menganalisis Cirebon sebagai destinasi wisata.

Mayoritas penelitian tentang pembangunan pariwisata dikonsentrasikan pada penjelasan deskriptif, khususnya dengan model *life cycle*, seperti beberapa studi yang dilakukan oleh Agarwal, Bianchi, Butler, Cooper, di Benedetto dan Bojanic, Foster dan Murphy, Douglas, Getz, serta Goncalves dan Aguas.³⁹ Secara sederhana, banyak penelitian seperti dilakukan Mathieson dan Wall serta Uysal and Jurawski⁴⁰ yang mengondisikan penekanan pada hasil (*outcomes*) pengembangan ekonomi, sosio-kultural dan lingkungan.

³⁹Lihat hasil studi dari Agarwal, "Restructuring Seaside Tourism. The Resort Life-Cycle". *Annals of Tourism Research*, 2002, 29 (1): 25-55; Bianchi, "Towards a New Political Economy of Global Tourism." In Richard Sharpley and David Telfer (Eds.), *Tourism and Development: Concepts and Issues* (Clevedon: Channel View, 2002), 265–299; Butler, "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources", *Canadian Geographer*, 1980, 24 (1): 5-12; Cooper, "Resorts in Decline - the Management Response", *Tourism Management*, 1990, 11 (1): 63-67; Di Benedetto dan Bojanic, "Tourism Area Life Cycle Extensions", *Annals of Tourism Research*, 1993, 20 (3): 557-570; Douglas, "They Came for Savages: A Comparative History of Tourism Development in Papua New Guinea, Solomon Islands and Vanuatu, 1884-1984", *PhD Thesis*, University of Queensland, 1994; Foster dan Murphy, "Resort Cycle Revisited - the Retirement Connection", *Annals of Tourism Research*, 1991, 18 (4): 553-567; Getz, "Tourism Planning and the Destination Life Cycle", *Annals of Tourism Research*, 1992, 19 (4): 752-770; dan Goncalves and Aguas, "The Concept of Life Cycle: An Application to the Tourist Product", *Journal of Travel Research*, 1997, 36 (2), 12-22

⁴⁰Mathieson dan Wall, *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts* (Harlow, Essex: Longman Scientific and Technical, 1982); dan Uysal dan Jurawski, "Testing the Push and Pull Factors," *Annals of Tourism Research*, 1992, 21 (4): 844–846.

METODOLOGI PENELITIAN

Studi tentang Cirebon sebagai destinasi wisata ini difokuskan pada dua tempat, yaitu tempat-tempat wisata religi dan ekonomi kreatif yang ada di Kabupaten Cirebon dan Kota Cirebon. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian sejarah.⁴¹

Dalam penelitian ini tidak berbicara tentang populasi, karena tidak bermaksud untuk melakukan generalisasi terhadap populasi. Oleh karena itu, penelitian ini hanya membutuhkan informan yang dipilih dengan metode *snowball sampling*. Menurut Usman dan Akbar,⁴² *sampling bola salju* terus berkembang (*snowball*) secara bertujuan (*purposive*) sampai data yang dikumpulkan dianggap representatif. Informan akan dipilih berdasarkan jumlah keseluruhan subyek penelitian yang terkait dengan tempat wisata religi dan ekonomi kreatif yang ada di Kota dan Kabupaten Cirebon, dan mampu memberikan jawaban atau informasi kualitatif tentang hal-hal yang berkaitan dengan Cirebon sebagai destinasi wisata dan potensi pengembangan ekonomi kreatif masyarakat. Jadi, informan dalam penelitian ini adalah para pejabat terkait dengan sektor pariwisata, pengelola tempat wisata, para petugas di lokasi wisata, tokoh masyarakat, dan pelaku pariwisata termasuk pengelola hotel, serta pemilik atau pelaku ekonomi kreatif yang dinilai kompeten memberikan informasi tentang wisata religi.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif-kualitatif, yaitu memberi interpretasi, makna dan pembahasan mendalam terhadap fakta dan informasi kualitatif yang dikumpulkan, sehingga mendeskripsikan fenomena

⁴¹Gottschalk, *Mengerti Sejarah* (Jakarta: Universitas Indonesia, 1983), 32.

⁴²Usman dan Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), 59.

penelitian dan menjawab tujuan penelitian, sehingga diperoleh suatu kesimpulan.

KONSEP DASAR

Wisata Halal

Dalam pandangan Mill dan Morrison,⁴³ pariwisata adalah suatu kegiatan. Kegiatan yang terjadi ketika secara internasional, orang menyeberangi perbatasan untuk liburan atau bisnis dan tinggal setidaknya 24 jam tetapi kurang dari satu tahun. Definisi WTO (*World Tourism Organisation*) tentang pariwisata sekarang ini menjadi salah satu yang paling banyak diterima di seluruh dunia. Pariwisata merupakan kegiatan orang di luar lingkungannya kurang dari jangka waktu tertentu dan tujuan perjalanan utamanya selain pendidikan atau latihan dari kegiatan yang dibayar dari tempat yang dikunjungi.⁴⁴

Menurut Timothy dan Olsen,⁴⁵ agama memainkan peran penting dalam pengembangan wisata selama berabad-abad dan telah mempengaruhi bagaimana orang memanfaatkan waktu luang. Peningkatan jumlah wisatawan dengan motivasi agama juga telah menarik perhatian akademisi, pemerintah dan lembaga pariwisata untuk mengembangkan pariwisata dan warisan budaya. Studi tersebut menunjukkan bahwa tujuan yang menarik sejumlah besar wisatawan agama baik terkait dengan situs dari alkitab, al-Quran atau teks-teks suci lain, atau dengan terjadinya spiritualisme, seperti mukjizat dan wahyu.

Banyak penelitian telah berusaha untuk menganalisis dan membandingkan pariwisata religius (*religious tourism*) dan

ziarah (*pilgrimage*),⁴⁶ misalnya studi yang dilakukan oleh Graburn, Turner dan Turner, Smith, dan Shinde, (2007). Ziarah secara tradisional didefinisikan sebagai bepergian ke kuil atau tempat dengan makna keagamaan yang bertujuan melakukan ritual keagamaan dan atau ritual untuk memenuhi kebutuhan spiritual. Di sisi lain, menurut Blackwell,⁴⁷ wisatawan religius dapat termotivasi oleh alasan budaya yang lebih luas. Perbedaan lain antara wisatawan dan peziarah agama, jika kita menerima pandangan klasik ini, adalah perilaku selama perjalanan. Pusztai⁴⁸ menegaskan bahwa perjalanan dari peziarah ditandai dengan penghematan dan ritual, sedangkan perilaku turis agama menyerupai peziarah dan wisatawan. Dengan mengambil pemimpin spiritual dalam perjalanan, berdo'a dan menyanyikan "hymne" mereka menyerupai peziarah. Namun, mereka menolak penyesalan fisik dan asketisme, dan mirip dengan turis, lebih memilih perjalanan *comfortable* dan akomodasi yang berkualitas baik.

Vuconic⁴⁹ menjelaskan pula bahwa orang melakukan perjalanan dengan tujuan agama dalam mencari kebenaran,

⁴³Mill dan Morrison, *The Tourism System* (Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1985), 2.

⁴⁴Chadwick, "Concepts, Definitions and Measurement Used in Travel and Tourism Research". In J. R. Brent Ritchie C. Goeldner (eds.), *Travel Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers* (NY: Wiley, 1994), 66.

⁴⁵Timothy dan Olsen (eds.), *Tourism, Religion and Spiritual Journeys* (Abingdon: Routledge, 2006), 1, 9.

⁴⁶Graburn, "Tourism, modernity and nostalgia". In Ahmed dan Shore (eds.), *The Future of Anthropology: Its Relevance in the Contemporary World* (London: The Athlone Press, 2001). Lihat juga Turner dan Turner, *Image and Pilgrimage in Christian Culture* (New York: Columbia University Press, 1978); Shinde, "Case Study 6: Visiting Sacred Sites in India: Religious Tourism or Pilgrimage". In Raj dan Morpeth, *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective* (Wallingford, UK: CABI Publishing, 2007), 184-197.; dan Smith, "Introduction: the Quest in Guest," *Annals of Tourism Research*, 1992a, 19 (1): 1-17.

⁴⁷Blackwell, "Motivations for Religious Tourism, Pilgrimage, Festivals and Events." In Raj dan Morpeth, *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective* (Wallingford, UK: CABI Publishing, 2007), 35-47.

⁴⁸Pusztai, "Religious Tourists: Constructing Authentic Experiences in Late Modern Hungarian Catholicism." *Dissertation* (University of Jyvaskyla, Studies in Humanities, 2004).

⁴⁹Vukonic, *Tourism and Religion* (Oxford: Pergamon, 1992), 68.

pencerahan atau pengalaman otentik dengan Ilahi untuk memuaskan kebutuhan rohani mereka. Peneliti lain seperti Sharpley dan Sundaram⁵⁰ mendiskusikan alasan untuk peningkatan tren perjalanan ini, dan perjalanan setiap negara seperti berbagai akibat materialisme berlebihan, sekularisme, stres, pemanasan global, kemiskinan, terorisme dan pengalaman hidup pribadi, yang telah menyebabkan orang untuk mencari “kebenaran”. Peningkatan fundamentalisme,⁵¹ fasilitas transportasi yang lebih baik,⁵² akomodasi hotel dan alasan lainnya telah mempengaruhi perkembangan pesat pariwisata seperti pada abad ke-20, dan juga fakta bahwa pariwisata agama menjadi motivasi sangat penting di banyak bagian dunia.⁵³ Lloyd⁵⁴ menegaskan bahwa pertumbuhan travel termotivasi alasan rohani dan pariwisata sangat tepat di era modern.

PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Wisata Religi dan Ziarah: *Religious Heritage Tourism* di Cirebon

Wisata ke Cirebon memang identik dengan wisata ziarah ke situs-situs peninggalan Sunan Gunung Djati. Sastrawan Pramoedya Ananta Noer dalam salah satu karya besarnya, *Jalan Raya Pos, Jalan Daendels*,⁵⁵ mengisahkan Cirebon muncul dalam arus utama sejarah Nusantara baru sejak masuknya Islam yang dibawa

pedagang pribumi. Pada masa kejayaan Hindu, Cirebon kurang penting. Cirebon masuk peta sejarah terkait dengan kisah dan peranan Sunan Gunung Djati. Jejak-jejak wali penyebar Islam itulah yang kini menjadi tujuan ziarah ribuan wisatawan. Di antaranya empat bangunan keraton di Cirebon, yakni Keraton Kasepuhan, Kanoman, Kacirebonan, dan Keprabon, yang semuanya keturunan Sunan Gunung Djati.

Adapun salah satu informasi wisata religi dari surat kabar lokal secara online, Radar Cirebon, memberikan ilustrasi tentang fenomena wisata ziarah di salah satu *heritage* Cirebon berikut ini:⁵⁶

Siang lepas zuhur, Sukadi, 55 tahun, salah seorang peziarah, khusyu' melafalkan kalimat la Ila ha illa Allah di bangsal Pesambangan kompleks makam Sunan Gunung Djati, Gunung Sembung, Desa Astana, Kecamatan Gunung Djati, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat. Suaranya mendengung, menggema di seluruh kompleks makam. Sudah lebih dari satu jam mereka membaca tahlil, yasin, dan salawat Nabi di kompleks makam. Mereka percaya roh Sunan Gunung Djati yang dimakamkan di situ dapat membantu mendekatkan diri mereka dengan Tuhan, memberikan berkah, dan melapangkan jalan hidup. Semoga mendapat berkah. Untuk mendapatkan karamah itu, Sukadi menaruh satu botol air Aqua di depan pintu Lawang Gedhe tempatnya berdoa. Ia percaya selama ritual do'a berlangsung, air dalam botol itu akan mendapatkan limpahan energi spiritual, yang kalau diminum, insya Allah akan bisa membantu menyembuhkan sakit saudaranya.

⁵⁰Sharpley dan Sundaram, "Tourism: a Sacred Journey? The Case of Ashram Tourism, India," *International Journal of Tourism Research*, 2005, 7 (3): 161-171.

⁵¹Friedland, *Consumption and Identity* (Singapore: Harwood Academic Publishers, 1999), 88.

⁵²Griffin, "Order of Service," *Leisure Management*, 1994, 14: 30-33.

⁵³Terzidou, "Religion as a Motivation to Travel: The Case of Tinos Island in Greece," *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 2010, 5 (2): 126.

⁵⁴Lloyd, *Battlefield Tourism* (New York: Berg, 1998), 39.

⁵⁵Noer, *Jalan Raya Pos, Jalan Daendels* (Yogyakarta: Lentera Dipantara, 2005).

⁵⁶Hasan, Juru Kunci Pemakaman Sunan Gunung Djati, *Radar Cirebon* (Selasa, 17 Desember 2013).

Di Cirebon, banyak terdapat situs peziarahan Islam, salah satunya makam Sunan Gunung Djati. Kompleks makam seluas 5 hektare yang telah berusia lebih dari enam abad itu terdiri dari sembilan tingkat pintu utama, yakni pintu Lawang Gapura di tingkatan pertama, pintu Lawang Krapyak, Lawang Pasujudan, Lawang Gedhe, Lawang Jinem, Lawang Rararoga, Lawang Kaca, Lawang Bacem, dan Lawang Teratai di puncak kesembilan. Wisatawan hanya diizinkan berkunjung sampai bangsal Pesambangan, depan pintu Lawang Gedhe, pada tingkatan pintu keempat. Sedangkan pintu kelima sampai kesembilan terkunci rapat, hanya sesekali dibuka khusus bagi anggota keluarga Keraton Cirebon, atau orang yang mendapat izin khusus dari Keraton Kasepuhan Cirebon, atau pada acara-acara tertentu seperti pada malam Jumat Kliwon, Maulud Nabi, Gerebeg Idul Fitri, dan Gerebeg Idul Adha.

Hasan, Juru Kunci Pemakaman Sunan Gunung Djati, menjelaskan bahwa:⁵⁷

Yang menarik, selain warga muslim, banyak juga warga Cina yang berziarah ke makam Sunan Gunung Djati. Di makam mereka berdoa, membakar hio, dan bersedekah uang kepada para pengemis di sekitar lokasi. Salah satu istri Sunan Gunung Djati, bernama Ong Tien Nio, adalah putri kaisar Yung Lo dari Cina. Jadi, kehadiran warga Cina ke sini untuk menziarahi leluhur mereka juga. Para peziarah pribumi berdoa di depan pintu Lawang Gedhe, sementara peziarah Cina berdoa dan membakar dupa di bilik depan pintu Lawang Merdhu.

Dilihat dari tujuan wisata yang menjadi motivasi para turis, sebagaimana

diklasifikasikan Poriais, Butler dan Airey,⁵⁸ maka wisatawan yang berkunjung ke Cirebon, mencakup persepsi kunjungan dalam beberapa kelompok pengunjung, yaitu:

1. *The visit to the site contributed to your education* (kunjungan ke situs berkontribusi atas pendidikan turis atau tujuan belajar)
2. *The visit to the site moved you emotionally* (kunjungan ke situs memotivasi diri secara emosional)
3. *During the visit you felt that part of your own heritage was displayed* (selama kunjungan para turis merasakan gambaran peninggalan sejarah sendiri)
4. *The visit to the site made you feel proud* (kunjungan ke situs menunjukkan rasa kebanggaan diri)

Pendekatan *heritage tourism* ini mendukung kajian yang menunjukkan bahwa pemahaman perilaku wisatawan harus disertakan pula dengan pemahaman hubungan antara individu dan artefak atau ruang.⁵⁹ Karena itu, wisata sejarah berasal dari hubungan antara penawaran dan permintaan. Hal ini tidak begitu banyak atribut sendiri, tetapi persepsi wisatawan yang sangat penting untuk dipahami.

Untuk mengkonfirmasi *mainfindings* dan memberikan dasar yang lebih baik untuk generalisasi, maka hal itu akan berguna untuk menguji pendekatan *heritage tourism* ini dalam berbagai jenis lokasi wisata di Cirebon. Contohnya dengan memahami secara global terkait atraksi wisata yang menyajikan fitur bersejarah (seperti makam Sunan Gunung Djati, masjid Sang Cipta Rasa, vihara Dewi Welas Asih, keraton Kasepuhan, dan goa Sunyaragi). Beberapa wisatawan menganggap bahwa

⁵⁸Poriais, Butler dan Airey, "The Core of Heritage Tourism". *Annals of Tourism Research*, 2002, 30 (1), 238–254.

⁵⁹Boniface dan Fowler, *Heritage and Tourism in The Global Village* (London: Routledge, 1993), 57. Lihat juga Timothy, "Tourism and the Personal Heritage Experience," *Annals of Tourism Research*, 1997, 24 (3): 751–754.

⁵⁷Hasan, Juru Kunci Pemakaman Sunan Gunung Djati, *Radar Cirebon* (Selasa, 17 Desember 2013).

warisan sejarah ini sebagai bagian dari warisan mereka, beberapa situs yang bersejarah dengan tingkat kesadaran tinggi terhadap sejarah mereka, sementara yang lain mungkin memiliki tingkat kesadaran yang rendah dari atribut bersejarah mereka.

Kajian wisata religi di Cirebon juga dapat dilakukan untuk mengetahui persepsi pengalaman wisatawan, seperti hasil kajian Poriais, Butler dan Airey tersebut.⁶⁰ Cara seperti ini dapat menemukan bahwa beberapa orang yang menilai situs sebagai bagian dari latar belakang mereka sendiri termotivasi oleh rasa kewajiban. Ini mungkin berguna untuk menyelidiki apakah wisatawan mengidentifikasi diri atau tidak sebagai turis meskipun hal ini termasuk kewajiban. Dalam situasi seperti itu, pertanyaannya adalah apakah mereka melihat ini sebagai pengalaman wisata. Hal ini mungkin menjelaskan apakah mereka berpartisipasi dalam kewajiban sosial daripada pengalaman rekreasi.

Cirebon merupakan daerah yang memiliki warisan budaya sehingga dapat dijadikan tempat wisata karena peninggalan sejarahnya (*heritage tourism*). Warisan budaya, seperti ditulis oleh Alzua, O'Leary dan Morrison, Herbert, dan Palmer⁶¹ dianggap sebagai salah satu komponen yang paling signifikan dan paling cepat berkembang menjadi kawasan pariwisata.

Salah satu warisan budaya di Cirebon antara lain industri batik yang bisa menjadi nilai komoditi dan wujud ekonomi kreatif bagi pengembangan pariwisata di Cirebon. Dalam kunjungannya ke Kota Udang, Cirebon (19 Juni 2014), Jokowi

yang ditemani oleh Bupati Cirebon, Sunjaya Purwadi, mengungkapkan rencananya untuk mengintegrasikan pariwisata Cirebon dengan Bandung. Jokowi menyatakan:⁶²

Terbuka peluang luas bagi pariwisata Kota Udang untuk mengintegrasikan diri dengan Kota Kembang. Industri kreatif berbasis budaya seperti batik ini harus dikaitkan dengan kepariwisataan. Kalau kita bicara itu, di Bandung sudah mendahului makanya kita perlu buat integrasi antara pariwisata Bandung dengan Cirebon.

Pengembangan wisata di Cirebon memerlukan jenis pariwisata berbasis masyarakat. Peran serta masyarakat itu paling menonjol terutama dalam mewujudkan konsep Sapta Pesona pariwisata di Jawa Barat. Ketujuh konsep yang terdiri dari keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan, dan kenangan itu jika diterapkan masyarakat akan membuat dampak besar terhadap wisata daerah, terutama minat kunjungan wisatawan.

Dengan demikian, Cirebon sebagai pusat bisnis merupakan *centrum* termasuk akvitas malam para wisatawan domestik dan mancanegara, sehingga perlu pengelolaan dan penataan. Penataan sentra bisnis masyarakat lokal yang mestinya dapat digalakkan dalam mengembangkan wisata di Cirebon antara lain pasar malam tradisional yang menjual segala bentuk cinderamata yang khas, makanan tradisional, pagelaran seni tari tradisional, spa terapi, fisioterapi untuk penghilang lelah para wisatawan sehabis tur, pengelolaan lokasi kota yang terkait dengan penataan penginapan, hotel, dan sejenisnya diarahkan

⁶⁰Poriais, Butler dan Airey, "The Core of Heritage Tourism". *Annals of Tourism Research*, 2002, 30 (1), 238–254.

⁶¹Alzua, O'Leary dan Morrison, "Cultural and Heritage Tourism: Identifying Niches for International Travelers", *The Journal of Travel and Tourism Studies*, 1998, 9 (2): 2–13; lihat Herbert, "Heritage Places, Leisure and Tourism." In Herbert, ed., *Heritage, Tourism and Society* (New York: Mansell, 1995), 118; lihat juga Palmer, "Tourism and the Symbols of Identity," *Tourism Management*, 1999, 20, 313–322.

⁶²Jokowi, "Kunjungi Kota Udang, Jokowi: Harus Ada Integrasi Pariwisata Cirebon dengan Bandung." Diakses pada <http://www.rimanews.com> pada tanggal 19 Juni 2014.

pada area sub-urban atau pinggiran kota untuk mengurangi kekroditan kota, dan penataan daerah atraksi wisata baik yang *given* atau alamiah maupun *man-made* atau buatan dapat diarahkan pada kawasan *rural* atau *country-side*.

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Cirebon

Pariwisata menjadi sektor pendukung bagi penerimaan PAD Kabupaten dan Kota Cirebon. Salah satu yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Cirebon berupa pengelolaan industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Industri pariwisata merupakan kumpulan dari bermacam-macam perusahaan yang secara bersama menyediakan barang-barang dan jasa (*goods and service*) kepada wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat kediamannya, dalam perjalanan dan kembali ke tempat tinggalnya. Pariwisata sebagai suatu industri memiliki komponen *natural resources* (sumber daya alam), seperti pegunungan, laut, air terjun, sungai, dan lain-lain.

Adapun dari sisi daya tarik wisata (*attraction*) memiliki komponen berupa: *pertama*, kultural (budaya), situs dan bidang arkeologi yang diminati, bangunan dan monumen bersejarah, tempat-tempat sejarah yang bermakna, museum, budaya tradisional dan modern, agama, lembaga politik dan pendidikan; *kedua*, *traditions* (tradisi-tradisi) berupa festival nasional, kesenian dan kerajinan tangan, musik, cerita rakyat, kehidupan adat istiadat; *ketiga*, pemandangan alam seperti panorama yang luar biasa dan daerah yang penuh dengan keindahan alam, taman nasional, flora dan fauna, alam liar, *resort* di pegunungan, *resort* di pantai; *keempat*, *entertainment* (hiburan), taman rekreasi dan hiburan, kebun binatang, dan aquarium samudera, kehidupan malam, kuliner, dan bioskop; dan *kelima*, daya tarik khas lainnya, seperti nasi jamblang yang hanya ada di Cirebon.

Hal yang penting diperhatikan pula berupa faktor pemicu ekonomi yang

mempengaruhi usaha-usaha terjadinya proses ekonomi dari pariwisata. Dalam hal faktor pemicu pada kawasan wisata menjadi alasan bagi pengunjung atau wisatawan untuk menuntut tercukupinya kebutuhan selama melakukan kegiatan wisata. Swarbrooke⁶³ menjelaskan bahwa faktor pemicu ekonomi berkaitan dengan permintaan wisata (*demand tourism*), yaitu permintaan barang atau jasa pada tingkatan tempat, waktu dan harga tertentu. Faktor pemicu ekonomi dapat dipahami berdasarkan tingkatan *demand* yang meliputi atraksi, aksesibilitas, akomodasi, faktor pendukung dan fasilitas pendukung. Berbagai hal yang menjadi syarat suatu destinasi wisata dapat dipahami, sehingga dapat tercipta suatu lokasi wisata ideal.

Faktor pemicu ekonomi dapat datang dari berbagai hal tersebut. Misalnya, tempat ziarah Makam Sunan Gunung Djati, bahwa faktor pemicu ekonomi bisa berlatar belakang kebutuhan, permintaan dan keinginan peziarah. Hal-hal yang menjadi faktor pemicu ekonomi tersebut berdasarkan identifikasi dari lapangan, terutama melalui wawancara dengan para peziarah. *Pertama*, adanya kebutuhan peziarah atas makanan dan minuman. Kebutuhan akan makan dan minum mendorong pihak pengelola untuk mendirikan beberapa rumah makan, kantin atau sejenisnya dengan berbagai pilihan sajian, terutama bercorak khas Cirebon seperti nasi jamblang dan empal gentong. *Kedua*, kebutuhan dari perusahaan akan ruang-ruang *meeting* dan *hall* untuk suatu kegiatan (*event*). Di beberapa tempat wisata di Cirebon, seperti kawasan keraton perlu memiliki konsep yang dikhususkan bagi kegiatan-kegiatan perusahaan, meskipun di sekitarnya telah berdiri hotel-hotel yang bisa menyediakan keperluan tersebut. Faktor pendorong ekonomi dari kasus ini

⁶³Swarbrooke, "The Future of the Past: Heritage Tourism into the 21st Century." In Seaton, ed., *Tourism the State of the Art* (Chichester: Wiley, 1999), 222–229.

menghasilkan keuntungan bagi pengelola dan adanya transaksi ekonomi.

Faktor pemicu ekonomi lainnya berkaitan dengan fasilitas yang ditawarkan dari lokasi wisata di Cirebon atau ada sentra-sentra khusus yang menunjang kegiatan wisata. Faktor ini bisa berupa adanya kebutuhan pengunjung akan pelatihan pembuatan kerajinan tangan dari tanah liat, pelatihan kesenian, pelatihan pembuatan batik, kebutuhan anak untuk bermain, kebutuhan untuk melakukan *outbound*, dan juga tempat-tempat perbelanjaan yang menyediakan souvenir khas Cirebon sebagai cinderamata. Kebutuhan tersebut juga dapat memberikan keuntungan bagi pengelola dan masyarakat sekitarnya.

Dalam mengembangkan industri wisata dan ekonomi kreatif, pemerintah daerah telah merencanakan dan melakukan terobosan untuk mewujudkannya. Salah satunya merencanakan pembangunan jalur lingkaran Cirebon. Dinas Bina Marga Provinsi Jawa Barat sedang melakukan penelitian dan pengumpulan data untuk membangun jalan lingkaran Cirebon. Kepadatan jalan pantai utara (pantura) Cirebon semakin tinggi membuat wilayah ini menjadi rawan macet.

Kota Cirebon memiliki banyak potensi untuk dikembangkan menjadi ekonomi kreatif yang dikelola oleh masyarakat dalam satu wilayah seperti yang dilakukan di Kota Bandung. Potensi ekonomi kreatif yang dimiliki Cirebon antara lain bidang pariwisata khususnya wisata budaya, aneka kuliner dan kerajinan yang dapat dikembangkan menjadi sektor ekonomi kreatif. Segmen pasar dari sejumlah produk yang dimiliki Cirebon cukup banyak mulai dari Jakarta, Bandung, Tegal, Brebes, dan wilayah III Cirebon itu sendiri. Masalah pengemasan masih menjadi kendala yang mengakibatkan pertumbuhan ekonomi kreatif di Cirebon belum maksimal di samping masalah yang juga harus segera diselesaikan diantaranya masalah sarana dan

prasarana penunjang peningkatan ekonomi kreatif.

Industri pariwisata Cirebon dapat dikembangkan pula melalui keraton. Menurut Sapta Nirwandar,⁶⁴ keraton dapat memberi karakter budaya yang khas bagi suatu wilayah di mana keraton tersebut berada. Segala unsur yang ada di dalamnya menjadi media, bahan dan sekaligus motor penggerak yang menstimulir daya cipta, rasa dan karsa dan melahirkan dinamika kebudayaan. Dari interaksi itulah muncul wujud-wujud kebudayaan yang menjadi jejak perjalanan hidup manusia. Jejak-jejak itu kemudian dipelajari, diabstraksi menjadi nilai-nilai yang kemudian berkembang menjadi suatu sistem bermasyarakat. Dalam pandangan Sapta Nirwandar, keraton harus menjadi episentrum kebudayaan. Tradisionalitas dan religiusitas yang telah dirintis oleh pendirinya, Syekh Syarif Hidayatullah (Sunan Gunung Djati) terbukti telah menjadi dinamika budaya dan pranata sosial masyarakat di sekitarnya.



Gambar 1. Salah Satu Produk Kreatif Masyarakat Cirebon

Untuk mengembangkan pariwisata dan ekonomi kreatif di Cirebon, Sapta menjelaskan bahwa:⁶⁵

Sunan Gunung Djati itu sangat berpengaruh di dunia (Islam). Keraton Kasepuhan sebagai

⁶⁴Sapta Nirwandar, "Keraton Menjadi Sentra Budaya." Diakses pada <http://www.pikiran-rakyat.com> pada tanggal 13 Nopember 2014.

⁶⁵Sapta Nirwandar, "Keraton Menjadi Sentra Budaya." Diakses pada <http://www.pikiran-rakyat.com> pada tanggal 13 Nopember 2014.

warisannya tetap harus eksis menjadi sentra budaya. Keraton sebagai warisan budaya harus menjadi sumber inspirasi yang kreatif dan produktif. Selain potensi alamnya, kuliner, seni pertunjukan dan kerajinan yang dapat menjadi sumber inspirasi dan andalan, bagi sektor pariwisata Kabupaten Cirebon. Cirebon memiliki ciri khas yang tak dimiliki daerah lain. Potensi lain, kuliner Cirebon yang sangat lengkap. Untuk hidangan pembuka ada tahu gejrot, untuk hidangan utama ada nasi jamblang, empal gentong, nasi lengko, dan lain-lain. Untuk hidangan penutup ada Mangga Gedong Gincu. Belum lagi aneka wedang yang menjadi minumannya bersama aneka cemilan khas Cirebon sebagai pendamping. Kekayaan budaya dan potensi pariwisata ini agar tetap terpelihara. Kemudian kita isi dengan energi kreatif, dikembangkan, terus berinovasi. Menciptakan produk budaya yang menghasilkan untuk memajukan kemanusiaan. Dengan begitu, seniman, pengrajin dan masyarakat luas adalah bagian yang banyak menerima dampak manfaat produktivitas ini.”

Untuk mendukung pengembangan industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Cirebon, Pemkab Cirebon akan menata ulang sentra kerajinan batik di Trusmi sekaligus sebagai sentra kuliner khas Cirebon. Kebijakan ini akan semakin mengokohkan kawasan tersebut sebagai pusat ikon Kabupaten Cirebon, karena sebelumnya sudah dikenal sebagai sentra kerajinan batik.

Pada intinya, kebijakan ini bertujuan agar semua ragam kuliner khas Kabupaten Cirebon ada di Trusmi. Oleh karena itu, tidak semua pedagang satu jenis makanan bisa berada di kawasan tersebut dalam jumlah banyak. Setiap jenis makanan, harus

ada perwakilan pedagangnya di sana. Tujuan penataan sentra kuliner Trusmi untuk memperkenalkan seluruh ragam kuliner Kabupaten Cirebon yang ada. Terlebih lagi sejumlah jenis makanan yang selama ini belum banyak dikenal dan terancam punah. Begitu juga di Pendopo Bupati Cirebon sebagai tempat untuk menggelar acara rutin festival budaya bagi para pelaku seni dan industri kreatif.⁶⁶



Gambar 2. Sentra Kerajinan Batik, Trusmi-Plered, Kabupaten Cirebon

Cirebon sebagai Sentra Wisata, Budaya dan Ekonomi Kreatif

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Sedangkan daerah tujuan pariwisata atau destinasi wisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Pearce⁶⁷ berpendapat bahwa wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata termotivasi oleh beberapa faktor, yakni kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, prestise, dan aktualisasi diri.

⁶⁶Sonjaya (www.pikiran-rakyat.com, "Trusmi Akan Ditata Menjadi Sentra Wisata Kuliner Kabupaten Cirebon," 1 September 2014

⁶⁷ Pearce, *The Social Psychology of Tourist Behavior* (Oxford: Pergamon, 1998), 67.

Adapun faktor penting yang menentukan permintaan pariwisata atau dorongan untuk berwisata berasal dari komponen daerah asal wisatawan antara lain, jumlah penduduk (*population size*), kemampuan finansial masyarakat (*financial means*), waktu senggang yang dimiliki (*leisure time*), sistem transportasi, dan sistem pemasaran pariwisata yang ada.⁶⁸

Dari perspektif ekonomi, dampak positif pariwisata yang bisa dicapai dalam memosisikan Cirebon sebagai sentra budaya dan wisata, antara lain: (1) mendatangkan devisa bagi negara melalui penukaran mata uang asing di daerah tujuan wisata, (2) pasar potensial bagi produk barang dan jasa masyarakat setempat, (3) meningkatkan pendapatan masyarakat yang kegiatannya terkait langsung atau tidak langsung dengan jasa pariwisata, (4) memperluas penciptaan kesempatan kerja, baik pada sektor-sektor yang terkait langsung seperti perhotelan, restoran, agen perjalanan, maupun pada sektor-sektor yang tidak terkait langsung seperti industri kerajinan, penyediaan produk-produk pertanian, atraksi budaya, bisnis eceran, jasa-jasa lain dan sebagainya, (5) sumber pendapatan asli daerah (PAD), dan (6) merangsang kreativitas seniman, baik seniman pengrajin industri kecil maupun seniman 'tabuh' dan tayang diperuntukkan konsumsi wisatawan.⁶⁹



Gambar 3 Kunjungan Jokowi di Toko Pesona Batik, Trusmi, Cirebon

⁶⁸Pitana dan Gayatri, *Sosiologi Pariwisata* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), 119.

⁶⁹Pitana dan Gayatri, *Sosiologi Pariwisata*, 130.

Pemerintah Kota Cirebon melalui Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata (Disporbudpar) akan mendorong sejumlah cagar budaya (*heritage*) jadi destinasi wisata andalan. Cagar budaya yang pertama bakal didorong jadi destinasi wisata adalah yang berlokasi di sekitar Jalan Yos Sudarso, Pasuketan, dan kompleks Lapangan Kebumen Kota Cirebon karena terdapat banyak bangunan kuno peninggalan zaman dulu.⁷⁰

Kepala Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata (Disporbudpar) Kota Cirebon, Dana Kartiman, mengatakan bahwa:⁷¹

Komplek bangunan tua yang akan dibidik saat ini masih perlu banyak penataan sehingga lebih menarik. Selain penataan sarana untuk menambah kenyamanan wisatawan, juga perlu peningkatan keamanan agar suasana aman tercipta. Bertahap akan kami lakukan pembenahan agar Cirebon memiliki kawasan heritage yang menarik.

Kendala yang cukup berat dalam membentuk kawasan *heritage* adalah membangun kesadaran masyarakat untuk ikut mendukung. Jika masyarakat ikut menjaga dan melestarikan tentu upaya mendorong kawasan *heritage* jadi destinasi wisata bakal lebih mudah.

Kawasan wisata juga merupakan sektor penggerak ekonomi yang sangat potensial. Berbagai kegiatan ekonomi dapat ditemukan pada suatu destinasi wisata dan tujuan dari sebuah destinasi wisata adalah untuk sektor ekonomi. Pengembangan pariwisata memiliki tiga fungsi yaitu: (1) menggalakkan ekonomi; (2) memelihara kepribadian bangsa dan kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup; (3) memupuk

⁷⁰Wawancara Penulis dengan Kepala Disporbudpar Kota Cirebon, Dana Kartiman, 7 Desember 2015.

⁷¹Dana Kartiman, "Cirebon Perkuat Wisata dengan Bangunan Heritage." Diakses pada <http://bandung.bisnis.com> pada tanggal 29 Oktober 2014.

rasa cinta tanah air dan bangsa.⁷² Fandeli⁷³ mengemukakan bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan wisata, termasuk pengelola obyek daya tarik wisata, serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.

Adapun potensi positif kontribusi pariwisata bagi pembangunan, seperti dikemukakan Jamal dan Lee,⁷⁴ yang dapat dirinci berikut ini:

Tabel 1. Potensi Positif Kontribusi Pariwisata bagi Pembangunan

No	Area of Development	Potential Positive Contribution
1	Economic	GDP, Foreign Exchange, Employment, Income, Poverty Reduction, Infrastructure Development
2	Social/Cultural	Strengthening Local Culture, Self-reliance, Revitalization of crafts
3	Environmental	Sustainable Development, Environmental Management, Protected Areas
4	Political	Empowerment, Self-reliance, Freedom, Image of Stability and Security

Menurut Pendit,⁷⁵ pariwisata merupakan suatu sektor yang kompleks, yang juga melibatkan industri-industri klasik, seperti kerajinan tangan dan cinderamata, serta usaha-usaha penginapan,

⁷²Joyosuharto, "Aspek Ketersediaan dan Tuntutan Kebutuhan dalam Pariwisata." Dalam Fandeli, ed., *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam* (Yogyakarta: Liberty, 2000), 12.

⁷³Fandeli, *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam* (Yogyakarta: Liberty, 2000), 69.

⁷⁴Jamal dan Jin-Hyung Lee, "Integrating Micro and Macro Approaches to Tourist Motivations: Toward an Interdisciplinary Theory," *Tourism Analysis*, 2003, 8 (1): 47-59.

⁷⁵Pendit, *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana* (Jakarta: PT Pradnya Paramita, 1990), 123.

restoran dan transportasi. Pentingnya sektor ekonomi dalam destinasi pariwisata juga menimbulkan dampak. Dampak tersebut bisa berupa dampak negatif dan positif. Suatu kawasan wisata sudah pasti akan membawa dampak ekonomi. Maka dari itu, ahli ekowisata perlu pengetahuan mengenai identifikasi dampak ekonomi pada suatu kawasan wisata. Hal tersebut dimaksudkan supaya dampak-dampak positif dapat terus ditingkatkan dan dampak negatif dapat diminimalisir dengan berbagai upaya.

Sebagai contoh, beberapa tempat wisata di Cirebon seperti Taman Sari Goa Sunyaragi, Makam Sunan Gunung Djati Cirebon, Pantai Laut Kejawanan, Keraton Kesepuhan, dan lainnya merupakan sebuah destinasi wisata yang bisa dikelola agar memiliki dampak ekonomi. Tempat wisata tersebut merupakan destinasi wisata yang dirancang secara khusus memiliki berbagai dampak ekonomi bagi pengelola (pihak Keraton Cirebon dan Pemkot Cirebon) maupun pengusaha wisata yang ada pada destinasi. Sektor ekonomi yang berada di lokasi wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor pemicu. Selain itu, lokasi wisata inipun merupakan destinasi yang cukup memberikan kontribusi terhadap perekonomian beberapa pengusaha wisata maupun masyarakat.

Pasar pariwisata bersifat *sui generis* dalam arti bahwa ia memiliki interaksi langsung atau tidak langsung dengan pasar yang berbeda (tenaga kerja, jasa, aset, budaya, dan lainnya). Menurut Brocklesby dan Fisher,⁷⁶ sebuah tuntutan konsumen dari produsen wisata berupa berbagai jenis modal (manusia, alam atau lingkungan, fisik, sosial, budaya dan ekonomi). Akibatnya, menilai penawaran dan permintaan dari suatu daerah wisata ini, dampak akhirnya pada alokasi aset tersebut yang membutuhkan referensi atau kerangka

⁷⁶Brocklesby dan Fisher, "Community Development in Sustainable Livelihoods Approaches: An Introduction," *Community Development Journal*, 2003: 38 (3): 185-198.

kerja konseptual. Selain itu juga memerlukan upaya analitis mengenai banyak variabel yang akan berhubungan dengan industri pariwisata.

Kota Cirebon memiliki banyak objek wisata yang menarik untuk dikunjungi. Di antaranya, Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman, Keraton Kacirebonan dan Keprabonan. Keraton-keraton yang dibangun pada masa Sunan Gunung Djati dan keturunannya itu menjadi tujuan wisata sejarah yang selama ini banyak menarik minat turis domestik maupun asing. Akhir Januari 2014 lalu, keraton-keraton itu menjadi tujuan wisata 96 turis asal Eropa. Mereka berlabuh di Pelabuhan Cirebon dengan menggunakan Kapal Pesiar Calendonian Sky. Selanjutnya, mereka dengan menggunakan becak mengunjungi keraton.

Kota Cirebon masuk dalam peta wisata dunia, seperti halnya Bali, Lombok dan Pulau Komodo. Kunjungan ratusan wisatawan asal Eropa ke Cirebon terutama Keraton Kasepuhan, menjadi salah satu buktinya. Kota Cirebon menjadi kota persinggahan pertama rombongan turis Eropa dalam rangkaian tur wisata ke sejumlah destinasi wisata di Indonesia dan Malaysia. Ratusan turis yang datang dengan kapal pesiar MV Minerva dijemput dari Pelabuhan Cirebon menuju Keraton Kasepuhan, dengan kendaraan tradisional becak.

Iring-iringan becak yang dinaiki para turis itu, sengaja melewati sepanjang kota tua, sebelum sampai Keraton Kasepuhan. Rombongan wisatawan harus melewati keramaian pasar malam "Muludan" yang rutin berlangsung setiap setahun, selama sebulan di sekitar kawasan Keraton Kasepuhan dan keraton lain di Kota Cirebon. Kunjungan wisatawan Eropa tersebut membuktikan bahwa Cirebon merupakan destinasi wisata, terutama wisata sejarah dan wisata budaya.

Sultan Sepuh XIV PRA Arief Natadiningrat menyatakan, pihaknya sengaja menyiapkan penyambutan para turis

asal Eropa itu dengan sesuatu yang tradisional. Arief Natadiningrat mengilustrasikan sambutan pihak keraton dan mengukuhkan Cirebon sebagai destinasi wisata berikut ini:⁷⁷

Dari mulai kendaraan yang ditumpangi menuju keraton, sampai sajian tarian dan makanan, kami menyiapkan yang serba tradisional. Kunjungan turis dari Eropa itu semakin membuktikan kalau, Cirebon patut diperhitungkan. Yang perlu terus ditingkatkan yakni fasilitas dan sarana prasarana lingkungan Keraton Kasepuhan. Tempat istirahat, kebersihan dan kenyamanan lingkungan, bahkan hingga toilet menjadi penilaian untuk mereka.

Magnet Cirebon di mata wisatawan mancanegara mulai menunjukkan perkembangan positif. Sebanyak 277 wisatawan asing yang didominasi dari Eropa dan Amerika, berkunjung ke sejumlah lokasi wisata, termasuk Keraton Kasepuhan Cirebon.



Gambar 4. Kunjungan Turis Belanda dan Inggris ke Cirebon

Sultan Sepuh XIV Keraton Kasepuhan Cirebon, PRA Arief Natadiningrat menyampaikan, kehadiran 277 wisatawan asing menggunakan kapal pesiar itu, menjadi pembuktian bahwa Cirebon sudah menjadi daerah tujuan

⁷⁷Arief Natadiningrat, "Pelestarian Keraton, Wisata Sejarah, Wisata Ziarah, dan Pengembangan Ekowisata Wilayah Cirebon di Grage Hotel Cirebon." Diakses dari <http://www.republika.co.id> pada tanggal 13 November 2014.

internasional. Lebih lanjut, Arief Natadiningrat menyampaikan bahwa:⁷⁸

Ini menunjukkan Kota Cirebon sudah jadi daerah tujuan wisata internasional. Kami bersyukur dengan kunjungan ini. Karena dengan kunjungan ini, bisa lebih dikenal masyarakat luas. Kehadiran para turis ini, bukan hanya dapat meningkatkan pariwisata Kota Cirebon, juga perekonomian masyarakat. Berdampak pula pada perekonomian masyarakat Cirebon, baik pengusaha travel, batik, seniman, tukang becak, pengusaha kuliner, ikut merasakan dampaknya. Kehadiran kapal pesiar di Pelabuhan Cirebon bukan kali pertama di Cirebon. Sebab sejak tahun 1998 pihak keraton sudah memasang iklan pada salah satu majalah internasional untuk mempromosikan Kota Cirebon sebagai salah satu rute wisata internasional. Alhamdulillah bisa dipasang dan dikenal. Sejak itulah, kapal pesiar dari luar negeri banyak yang datang ke Cirebon. Ini sudah beberapa kali. Kehadiran para turis asing ini untuk menikmati berbagai peninggalan sejarah Cirebon, benda kuno, makanan, dan kesenian. Oleh karena itu, Sultan Sepuh pun terus berupaya untuk meningkatkan fasilitas Keraton Kasepuhan.”

Cirebon sebagai destinasi wisata harus siap menerima kedatangan para wisatawan mancanegara dalam jumlah besar tambahan dari lima negara yang bebas visa kunjungan singkat, mulai Januari 2015. Tambahan lima negara, yakni Tiongkok, Jepang, Korea Selatan, Rusia, dan Australia,

⁷⁸Arief Natadiningrat, “Keliling Cirebon dengan Becak Wisata.” Diakses dari <http://www.cirebontrust.com> pada tanggal 20 September 2014.

yang merupakan pasar utama pariwisata Indonesia.

President Pasific Asia Travel Association, Siswoprasetyo, mengatakan bahwa:⁷⁹

Berlakunya bebas visa kunjungan singkat dipastikan akan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dari lima negara itu. Jabar harus bisa menangkap peluang tersebut. Untuk Kota Cirebon, wisman tradisional asal Tiongkok dipastikan bakal tertarik dengan rute wilayah yang pernah dikunjungi Laksamana Cheng Ho, yang pernah berlabuh di Pelabuhan Muara Djati Cirebon pada tahun 1415 M. Bahkan Kota Cirebon dengan kekayaan heritage-nya seperti keraton dan lainnya, memukau juga wisatawan asal Eropa. Sedangkan untuk wisatawan Jepang dan Korea Selatan, objek wisata spa di Kabupaten Kuningan, bisa menjadi destinasi wisata yang sangat dinantikan. Wilayah Jabar dengan segala kekayaan budaya, potensi alam dan lainnya, harus bisa menjadi tujuan utama wisman ke Indonesia, bukan hanya Bali.

Kesepakatan tersebut sekaligus mengoreksi program jangka panjang Pemprov Jabar, Jabar menjadi destinasi wisata berkelas dunia pada 2025 mendatang. Kesepakatan tersebut dilontarkan setelah diprovokasi Sultan Sepuh XIV Kasepuhan, Pangeran Raja Adipati Arief Natadiningrat. Arief menyatakan:⁸⁰

Kalau Jabar menjadi destinasi wisata berkelas dunia pada 2025, ya

⁷⁹Siswoprasetyo, “Pelestarian Keraton, Wisata Sejarah, dan Pengembangan Ekowisata,” *Seminar Tematik Kewilayahan Cirebon* (Disparbud Jabar, 13 Desember 2014).

⁸⁰Arief Natadiningrat, “Jabar Harus Siap Serap Serbuan Wisman Bebas Visa.” Diakses dari [http://\(www.pikiran-rakyat.com](http://(www.pikiran-rakyat.com) pada tanggal 13 Nopember 2014.

kelamaan. Belum tentu umur kita sampai tahun itu. Kita harus percaya diri dan optimis Jabar dengan segala kekayaan budaya, potensi alam dan lainnya, harus bisa menjadi destinasi wisata berkelas dunia pada 2018 mendatang. Apalagi, infrastruktur dari mulai jalur kereta api, bandara dan pelabuhan, lengkap dimiliki Jabar. Memang masih harus dilakukan pembenahan dari segala aspek. Namun kalau kita semua bergerak bersama, satu niat dan tekad, tidak ada yang mustahil.

Dalam mewujudkan Cirebon sebagai destinasi wisata perlu mempertimbangkan interaksi antara industri pariwisata dan variabel yang lainnya. Di beberapa tempat wisata, pemasok pariwisata melepaskan diri dari masalah-masalah lokal, menghasilkan ketimpangan dalam alokasi biaya dan manfaat dari kegiatan tersebut. Dalam hal ini, biaya akan ditransfer ke masyarakat luas dan manfaat akan tetap berada di tangan pengusaha, sebagian besar migran yang mencari berbagai jenis modal wisata. Hanya sebagian kecil dari pendapatan dari kegiatan ini akan berkaitan dengan lokasi wisata.

KESIMPULAN

Potensi Cirebon sebagai *religious heritage tourism* semakin berkembang sebagai industri pariwisata. Industri pariwisata menunjukkan aktifitas modern yang dapat direncanakan, dikontrol dan mempunyai tujuan untuk menghasilkan produk di pasar atau market.

Pengembangan pariwisata, khususnya wisata religi memerlukan fungsi pengelolaan yang kreatif dan inovatif berdasarkan perencanaan yang matang, pelaksanaan yang konsisten, dan evaluasi yang terukur. Pengelolaan wisata dilakukan secara terintegrasi dan holistik yang akan mewujudkan kepuasan semua pihak, dengan memerhatikan aspek daya tarik destinasi, aspek transportasi atau aksesibilitas, aspek

fasilitas utama dan pendukung, dan aspek kelembagaan. Begitupun sinergi pihak pemerintah, pengelola dan masyarakat menjadi kata kunci keberhasilan pariwisata di Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, S. "Restructuring Seaside Tourism. The Resort Life-Cycle". *Annals of Tourism Research*, 2002, 29 (1): 25-55.
- Alzua, O'Leary dan Morrison. "Cultural and Heritage Tourism: Identifying Niches for International Travelers." *The Journal of Travel and Tourism Studies*, 1998, 9 (2): 2-13.
- Antara, M. dan Pitana, G. "Tourism Labour Market in the Asia Pacific Region: The Case of Indonesia." Paper Presented at the Fifth UNWTO International Conference on Tourism Statistics: *Tourism an Engine for Employment Creation* (Held in Bali, Indonesia, 30 Maret - 2 April 2009).
- Bianchi, Raoul. "Towards a New Political Economy of Global Tourism." In Richard Sharpley dan David Telfer (Eds.). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Clevedon: Channel View, 265-299.
- Blackwell, R. "Motivations for Religious Tourism, Pilgrimage, Festivals and Events." In R. Raj dan Morpeth. *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective*. Wallingford, UK: CABI Publishing, 2007.
- Boniface dan Fowler. *Heritage and Tourism in The Global Village*. London: Routledge, 1993.
- Brocklesby, M dan Fisher, E. "Community Development in Sustainable Livelihoods Approaches: An Introduction," *Community Development Journal*, 2003, 38 (3): 185-198.

- Buchalis D. "Marketing the Competitive Destination of the Future." *Tourism Management*, 2000, 21:97-152.
- Butler, RW. "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources." *Canadian Geographer*, 1980, 24 (1): 5-12.
- Chadwick. "Concepts, Definitions and Measurement Used in Travel and Tourism Research". In J. R. Brent Ritchie C. Goeldner (eds). *Travel Tourism and Hospitality Research: A Handbook for Managers and Researchers*. NY: Wiley, 1994.
- Cooper. "Resorts in Decline-the Management Response." *Tourism Management*, 1990, 11 (1): 63-67.
- Di Benedetto, CA dan Bojanic, DC. "Tourism Area Life Cycle Extensions." *Annals of Tourism Research*, 1993, 20 (3): 557-570.
- Din K. "Islam and Tourism: Patterns, Issues, and Options." *Annals of Tourism Research*, 1989, 16: 542-563.
- Douglas, N. "They Came for Savages: A Comparative History of Tourism Development in Papua New Guinea, Solomon Islands and Vanuatu, 1884-1984." *PhD Thesis*, University of Queensland, 1994.
- Fandeli, Ch. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty, 1995.
- Farahani, Zamani dan Anderson. "Islamic Tourism and Managing Tourism Development In Islamic Societies: the Cases of Iran and Saudi Arabia." *International Journal of Tourism Research*, 2010: 12 (1): 79- 89.
- Fleischer, A. "The Tourist behind the Pilgrim in the Holy Land." *International Journal of Hospitality Management*, 2000, 19 (3): 311-26.
- Foster dan Murphy. "Resort Cycle Revisited - the Retirement Connection", *Annals of Tourism Research*, 1991, 18 (4): 553-567.
- Franklin. *Tourism: a New Introduction*. London: Sage Publications, 2003.
- Friedland, J. *Consumption and Identity*. Singapore: Harwood Academic Publishers, 1999.
- Getz. "Tourism Planning and the Destination Life Cycle." *Annals of Tourism Research*, 1992, 19 (4): 752-770.
- Goncalves dan Aguas. "The Concept of Life Cycle: An Application to the Tourist Product." *Journal of Travel Research*, 36 (2), 12-22.
- Gostchalck, Louis. *Mengerti Sejarah*. Jakarta: Universitas Indonesia, 1983.
- Graburn, N. "Tourism, modernity and nostalgia". In Ahmed dan C. Shore, eds *The Future of Anthropology: Its Relevance in the Contemporary World*. London: The Athlone Press. 2001.
- Graham, B., et al. *A Geography of Heritage: Power, Culture, and Economy*. London: Arnold, 2000.
- Griffin, J. "Order of Service." *Leisure Management*, 1994, 14: 30-33.
- Harrison, D. "Development of Tourism in Swaziland." *Annals of Tourism Research*, 2014, 22 (1), 135-156.
- Henderson, J.C. "Sharia-Compliant Hotel." *Tourism and Hospitality Research*, 10 (3): 246-254.
- Herbert, D. "Heritage Places, Leisure and Tourism." In *Heritage, Tourism and Society*, Herbert, ed. New York: Mansell.
- Hewison, R. *The Heritage Industry: Britain in a Climate of Decline*. London: Methuen, 1988.
- Humaedi, M. Alie. *Jejaring Kebudayaan Masyarakat Pantai Utara Jawa: Cirebon dan Gresik. Laporan Penelitian Insentif Peningkatan Kemampuan Peneliti dan Perekayasa*. Kementerian Riset dan Teknologi-LIPI, 2010.
- Jaelani, A. "Cirebon as the Silk Road: A New Approach of Heritage Tourism and Creative Economy." *Journal of Economics and Political Economy*, 2016: 3(2), 264-283.

- Jaelani, A. "Islamic Tourism Development in Cirebon: The Study Heritage Tourism in Islamic Economic Perspective". *Journal of Economics Bibliography*, 2016: 3(2), 215-235.a
- Jaelani, A., Setyawan, E., & Hasyim, N. "Religious Heritage Tourism and Creative Economy in Cirebon: The Diversity of Religious, Cultures and Culinary". *Journal of Social and Administrative Sciences*, 2016: 3(1), 63-76.
- Jaelani, A. "Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects." *International Review of Management and Marketing*, 2017: 7(3): 25-34.
- Jigang, B. dan Yunmei, C. "Development of Religious Tourism: A Case Study of Nanhua Temple in Guangdong Province." *Tropical Geography*, 1996, 1.
- Johnson, D. *Sales and Marketing in the Tourism Industry*. Sydney: McGraw-Hill Companies, 2000.
- Jokowi. "Kunjungi Kota Udang: Harus Ada Integrasi Pariwisata Cirebon dengan Bandung." Diakses dari <http://www.rimanews.com> pada tanggal 9 June 2014.
- Joppe, M., Martin, D.W., dan Waalen, J. "Toronto's Image as a Destination: A Comparative Importance-Satisfaction Analysis by Origin of Visitor." *Journal of Travel Research*, 2001, 39 (Feb): 252-260.
- Joyosuharto, S. "Aspek Ketersediaan dan Tuntutan Kebutuhan dalam Pariwisata", dalam Fandeli, ed., *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty, 2000.
- Kartiman, Dana. "Potensi Wisata Kota Cirebon Kurang Perhatian". Diakses dari <http://www.cirebontrust.com> pada tanggal 18 September 2014.
- Kartiman, Dana. "Cirebon Perkuat Wisata dengan Bangunan Heritage." Diakses dari <http://bandung.bisnis.com> pada tanggal 29 Oktober 2014.
- Lloyd, D. *Battlefield Tourism*. New York: Berg, 1998.
- Mathieson, A dan Wall, G. *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Harlow. Essex: Longman Scientific and Technical, 1982.
- Medlik dan Middleton. "Product Formulation in Tourism," *Tourism and Marketing*, 1973, 13: 173-201.
- Mill, R. Christie and Morrison, A.M. 1985. *The Tourism System*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Nash D. *Anthropology of Tourism*. Oxford: Pergamon, 1996.
- Natadiningrat, Arief. "Cirebon Memang Sangat Potensial Jadi Kota Kreatif." Diakses pada <http://www.traveltextonline.com> pada tanggal 20 Pebruari 2014.
- Natadiningrat, Arief. "Pelestarian Keraton, Wisata Sejarah, Wisata Ziarah, dan Pengembangan Ekowisata Wilayah Cirebon di Grage Hotel Cirebon". Diakses dari <http://www.republika.co.id> pada tanggal 13 November 2014.
- Nirwandar, Sapta. "Keraton Menjadi Sentra Budaya." Diakses dari <http://www.pikiran-rakyat.com> pada tanggal 13 Nopember 2014.
- Noer, Pramoedya Ananta. *Jalan Raya Pos, Jalan Daendels*. Lentera Dipantara, 2005.
- Palmer, C. "Tourism and the Symbols of Identity." *Tourism Management*, 1999, 20, 313-322.
- Pangestu, M. E. "Agar Keraton Tetap Menjadi Episentrum Kebudayaan." Diakses pada <http://www.pikiran-rakyat.com> pada tanggal 28 Agustus 2014.
- Pearce. *The Social Psychology of Tourist Behavior*. Oxford: Pergamon, 1998.
- Pendit, Ny. S. *Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT Pradnya Paramita, 1990.
- Pitana, I.G dan Gayatri, PG. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005.

- Poriais, Y., Butler, R. dan Airey, D. "Tourism, Religion and Religiosity: a Holy Mess". *Current Issues in Tourism*, 2003, 6 (4): 340-363.
- Poriais, Yaniev, Richard Butler, dan David Airey. "The Core of Heritage Tourism". *Annals of Tourism Research*, 2002, 30 (1), 238–254.
- Pusztai, B. "Religious Tourists: Constructing Authentic Experiences in Late Modern Hungarian Catholicism." *Dissertation*, University of Jyvaskyla, Studies in Humanities, 2004.
- Richardson dan Fluker. *A History of Australian Travel and Tourism*. Melbourne: Hospitality Press, 2004.
- Rinschede, G. "Forms of religious tourism." *Annals of Tourism Research*, 1992, 19, 51-67.
- Shackley, M. "Managing the Cultural Impact of Religious Tourism in the Himalayas, Tibet and Nepal". In M. Robinson dan P. Boniface (eds.). *Tourism and Cultural Conflicts*. Wallingford: CABI, 1999.
- Shackley, M. *Managing Sacred Sites*. London: Continuum, 2005.
- Sharpley, R dan Sundaram. "Tourism: a Sacred Journey ? The Case of Ashram Tourism, India". *International Journal of Tourism Research*, 2005, 7 (3): 161-171.
- Shinde, K., A. "Case Study 6: Visiting Sacred Sites in India: Religious Tourism or Pilgrimage". In R. Raj and N. Morpeth. *Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management: An International Perspective*. Wallingford, UK: CABI Publishing, 2007.
- Sigala, M. and Leslie. *International Cultural Tourism: Management, Implications and Cases*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann, 2005.
- Sigaux, J. *History of Tourism*. London: Leisure Arts, 1996.
- Siswoprasetyo. "Pelestarian Keraton, Wisata Sejarah, dan Pengembangan Ekowisata," *Seminar Tematik Kewilayahan Cirebon*. Disparbud Jabar, 13 Desember 2014.
- Smith, SLJ. (ed.). "Special Issue: Pilgrimage and Tourism." *Annals of Tourism Research*, 1992b, 19 (1).
- Smith, SLJ. "Introduction: the Quest in Guest." *Annals of Tourism Research*, 1992a, 19 (1): 1–17.
- Smith, SLJ. *Tourism Analysis: A Handbook*. Essex: Longman, 1995.
- Sonjaya. "Trusmi Akan Ditata Menjadi Sentra Wisata Kuliner Kabupaten Cirebon." Diakses pada <http://www.pikiran-rakyat.com> pada tanggal 1 September 2014.
- Swarbrooke, J. "The Future of the Past: Heritage Tourism into the 21st Century." In Seaton, ed.. *Tourism the State of the Art*. Chichester: Wiley, 1999.
- Tajzadeh, Namin A.A. "Value Creation in Tourism: An Islamic Approach." *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 2013, 4 (5).
- Tazim, Jamal dan Jin-Hyung Lee. "Integrating Micro And Macro Approaches to Tourist Motivations: Toward an Interdisciplinary Theory." *Tourism Analysis*, 2003, 8 (1): 47-59.
- Terzidou, M. "Religion as a Motivation to Travel: The Case of Tinos Island in Greece," *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 2010, 5 (2): 126.
- Timothy, D. dan Olsen, D. (eds.). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. Abingdon: Routledge, 2006.
- Timothy, D. J. "Tourism and the Personal Heritage Experience." *Annals of Tourism Research*, 1997, 24 (3): 751–754.
- Turner, V dan Turner, E. *Image and Pilgrimage in Christian Culture*. New York: Columbia University Press, 1978.

- Usman dan Akbar. 2000. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Uysal, M. dan Jurowski. "Testing the Push and Pull Factors." *Annals of Tourism Research*, 1992, 21 (4): 844–846.
- Vukonic, B. *Tourism and Religion*. Oxford: Pergamon, 1992.