

**INKLUSIF : JURNAL PENGKAJIAN PENELITIAN
EKONOMI DAN HUKUM ISLAM**

Journal homepage : www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/inklusif

**KEBUDAYAAN SEBAGAI SUATU SINTESA EKONOMI ISLAM
(Studi Antropologi Ekonomi Islam Pada Keraton Cirebon)**

Yanuar Isyanto* Karlina**

Dosen Sekolah Tinggi Islam Sains Bina Cendekia Utama Cirebon* Jurusan Ekonomi Syariah
Pascasarjana IAIN Syekh Nurjati Cirebon**

Email: yanuarisyanto2@gmail.com* karlinacempaka@gmail.com**

Artikel info:

Received: 30
November 2023
Accepted: 30
November 2023
Available online:
Desember 2023

ABSTRAC

Humans are actually social beings who can always be relied on mutually between individuals and individuals, individuals with groups or groups. From this interaction humans create a habit or often called a "tradition" which is implemented based on a system of noble norms and values from generation to generation. The tradition of integrating a value system with the beliefs held through cultural acculturation and also correlating it to dynamic forms within the scope of other social sciences, for example, can have a systemic impact on society. Tradition is like a normative rule encapsulated by religious values, similar to the tradition of the Cirebon people at the Muludan market which can attract the attention of tourists. Not only preserving culture, but the muludan market is a potential in developing a creative economy which is seen from the point of view of sharia tourism as part of the value system of culture.

Keywords: Culture, Creative Economy, Syari'ah Tourism

ABSTRAK

Manusia sejatinya merupakan makhluk sosial yang selalu berinteraksi timbal-balik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok. Dari proses interaksi tersebut manusia menciptakan sebuah kebiasaan atau sering disebut dengan "tradisi" yang dipahami berdasarkan sistem norma dan nilai yang luhur secara turun-temurun. Tradisi mengintegrasikan sistem nilai dengan kepercayaan yang dianut melalui akulturasi budaya dan juga mengkorelasikannya pada bentuk yang dinamis dalam ruang lingkup ilmu sosial lainnya, misalnya saja tradisi dapat menjadi sebuah institusi ekonomi yang memberikan dampak yang sistemik bagi masyarakat. Tradisi tak ubahnya sebagai sebuah aturan yang normatif dan dikemas oleh nilai etis religius, sama halnya dengan tradisi masyarakat Cirebon pada pasar Muludan yang dapat menarik perhatian wisatawan. Tak hanya melestarikan kebudayaan, tetapi pasar muludan merupakan potensi dalam mengembangkan ekonomi kreatif yang dilihat dalam sudut pandang wisata syari'ah sebagai bagian dari sistem nilai dari kebudayaan.

Kata Kunci : Kebudayaan, Ekonomi Kreatif, Wisata Syari'ah

I. PENDAHULUAN

Cirebon adalah kota yang memiliki banyak sejarah dan budaya. Salah satu kebudayaan yang masih *exist* sampai saat ini adalah berdirinya tiga keraton yaitu, Keraton Kasepuhan, Keraton Kanoman, Keraton Kacirebonan dan Peguron Keprabon (Pemerintah Kota Cirebon, 2021). Sejarah terbentuknya tiga keraton tersebut tidak lepas dari akulturasi budaya Islam dengan adat-istiadat Hindu-Budha (Nurhuda, 2015). Hal ini dapat di lihat pada ornamen-ornamen yang ada di dalam maupun di luar kawasan keraton. Keraton Cirebon merupakan simbol kejayaan politik Islam yang pengaruhnya sangat luas di Jawa Barat, Syarif Hidayatullah atau Sunan Gunung Jati merupakan salah satu tokoh yang membawa risalah Islam ke tanah Jawa (Sulendranigrat, 2011).

Penyebaran Islam melalui pendekatan sosial budaya, telah berhasil melakukan perubahan pada masyarakat setempat melalui berbagai media yang secara tradisi telah berkembang di kalangan masyarakat pribumi. Hal ini merupakan konsep penyebaran Islam yang dilakukan oleh para *waliyullah* dengan tidak menghilangkan esensi dari nilai-nilai keislaman maupun substansinya. Dominasi budaya Hindu-Budha yang berkembang di masyarakat bukan merupakan suatu stigma negatif untuk meredam nilai-nilai keislaman tetapi Islam mengakomodasi kebudayaan yang telah ada dengan nafas-nafas Islami. Budaya dan tradisi masyarakat yang telah ada dikemas kembali dengan unsur-unsur religiusitas Islam ke dalam proses ritual seperti prosesi ritual keagamaan yang rutin dilakukan oleh keluarga Kesultanan Cirebon dalam memperingati maulid Nabi Muhammad atau sering disebut oleh masyarakat setempat dengan Panjang Jimat.

Tradisi Panjang Jimat memiliki keterkaitan antara akulturasi budaya Islam dengan budaya yang berkembang di masyarakat sebelumnya, metode penyebaran Islam yang di gunakan oleh para *waliyullah* menggunakan model pendekatan budaya, politik, dan ekonomi. Tradisi Panjang Jimat merupakan malam puncak acara dimana masyarakat datang berduyun-duyun untuk menghadiri peringatan Maulid Nabi Muhammad tepat pada tanggal 1 Syawal, banyaknya masyarakat yang datang menjadikan kegiatan ekonomi semakin tumbuh pesat (Malika dkk, 2016). Masyarakat sekitar memanfaatkan keramaian sebagai peluang usaha, hal ini ditandai dengan banyaknya pedagang yang menjajakan dagangannya disekitar keraton. Tradisi ini terus berkembang dari zaman ke zaman sehingga masyarakat sekitar biasanya menjajakan dagangannya selama sebulan penuh sampai malam sakral Panjang Jimat pun tiba.

Keberadaan pasar tradisional di kawasan yang mempunyai tradisi yang sangat kental merupakan bagian dari gejala ekonomi yang dilihat dari sudut pandang antropologi ekonomi serta bagian yang sangat penting dalam kehidupan sosial (Sairin, pujo, dkk, 2016:4). Pasar Tradisional berfungsi sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan. Keberadaan pasar mampu mempengaruhi masyarakat sekitar lingkungan keraton dengan dunia luar. Pasar muludan merupakan wadah bagi masyarakat untuk saling berkomunikasi dan berinteraksi dengan menjalin hubungan sosial antar masyarakat.

Hubungan sosial dimulai dari tingkat yang lebih sederhana didasari oleh kebutuhan. Semakin dewasa, kompleksitas kebutuhan manusia menjadi lebih banyak dari sebelumnya dan dengan demikian, tingkat hubungan sosial juga berkembang menjadi amat kompleks. Hubungan sosial merupakan hubungan yang terwujud antara individu dan individu, individu dengan kelompok, serta kelompok dengan kelompok sebagai akibat dari hasil interaksi sesama mereka. Proses hal ini pun akhirnya membuat suatu keakraban dan suatu hubungan yang kuat antar penjual dan pembeli yang pada akhirnya pasar *muludan* bukan hanya menjadi tempat media jual beli tetapi juga menjadi sarana sosialisasi dan membangun hubungan sosial kemasyarakatan.

Banyaknya pengunjung pada pasar *muludan* yang datang untuk membeli perlengkapan sehari-hari atau hanya sekedar melepas penat, secara kultural telah mem-branding pasar muludan sebagai destinasi wisata (Hery, 2014:33). Penemuan antropologi dalam hal ini kebudayaan tidak dapat dipisahkan oleh kegiatan-kegiatan ekonomi yang berkembang di masyarakat sekitar (Sedarmayanti, 2014:8). Masyarakat Cirebon memanfaatkan momentum ini sebagai peluang usaha yang menggiurkan, Keberadaan pasar Muludan menjadi titik awal berkembangnya ekonomi kreatif yang dibangun oleh interaksi sosial dan perubahan sosial yang dapat meningkatkan produktifitas ekonomi bagi masyarakat sekitar. Hal ini di tegaskan oleh Adriana Grigorescu bahwa pariwisata merupakan alat pembangunan yang memiliki sinergi alami dengan konsep pemabangunan berkelanjutan (Adriana,2008), sementara Aan Jaelani mengatakan bahwa pariwisata akan mendatangkan pendapatan daerah dari proses pertukaran barang dan jasa (resiprositas) pada masyarakat setempat, sehingga dapat menjadi stimulus bagi kreatifitas warga maupun seniman (Jaelani, 2016:264-283).

Tulisan ini akan mendeskripsikan kontekstualitas agama dan budaya yang kemudian dikorelasikan dengan isu-isu ekonomi seperti ekonomi kreatif dan pariwisata syari'ah. Studi ini juga akan menelusuri potensi dan perkembangan wisata syari'ah pada keraton Cirebon terutama dalam tradisi pasar muludan dan panjang jimat. bagaimana efek yang dapat di manfaatkan oleh masyarakat baik dari segi sosial dan ekonomi dan Konsep wisata syari'ah telah menjadi bagian dari ekonomi Islam, sejatinya wisata syari'ah lebih komprehensif bukan hanya sekedar wisata religi yang cenderung lebih dikenal oleh masyarakat Indonesia pada umumnya.

II. METODE PENELITIAN

Studi ini mengkaji relasi antara agama, tradisi dan ekonomi yang bersinergi dalam mengembangkan pariwisata dengan tahapan sebagai berikut. Pertama, mengumpulkan data berupa teori yang dikaji meliputi kontekstualitas agama dan tradisi yang kemudian dikaitkan dengan isu-isu ekonomi seperti ekonomi kreatif dan juga pariwisata. Kedua, menelusuri

informasi dari media cetak dan elektronik tentang perkembangan pasar muludan dan situs budaya keraton Cirebon. Ketiga, melakukan analisis data yang tersedia dengan mendeskripsikan dan menafsirkan data yang berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi kreatif yang di korelasikan pada sistem kebudayaan sekitar dalam prespektf ekonomi Islam dalam hal ini adalah wisata syari'ah. Keempat, membuat kesimpulan dari pembahasan yang telah dilakukan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. RELASI AGAMA, BUDAYA DAN EKONOMI

Agama merupakan faktor budaya yang memiliki nilai universal dan berpengaruh signifikan terhadap sikap masyarakat yang terikat oleh nilai-nilai dan perilaku di tingkat individu dan sosial. Sebagai insitusi sosial, agama dapat mempengaruhi pola interaksi manusia dengan manusia lainnya, dari proses interaksi tersebut manusia meninggalkan kebiasaan yang kemudian diturunkan menjadi sebuah tradisi yang berkembang dalam masyarakat. Islam adalah agama yang dapat membimbing umat dalam segala aspek kehidupan (Yasmen, 2007), bukan hanya pada tuntutan ibadah tetapi dalam ruang lingkup yang luas seperti tradisi masyarakat Cirebon pada lingkungan keraton yang memiliki nuansa akulturasi budaya dan agama yang membentuk sebuah pola interaksi maupun ekonomi.

Clifford Greetz menyatakan bahwa kebudayaan merupakan sebuah sistem simbol yang mengacu pada makna yang harus ditafsirkan ulang dalam melihat konsep secara harfiah pada objek, tindakan, peristiwa dan relasi yang berlaku sebagai wahana untuk sebuah konsep tersebut (Clifford, 1992). Keraton sebagai simbol politik Islam pada masa lampau telah membentuk polarisasi pada dimensi kultural dalam analisis religius yang menghadirkan sebuah sintesis berupa tradisi. Dalam bentuk ini, terlihat sistem sosial mempengaruhi simbol dan nilai atau pandangan hidup masyarakat pada budaya dari dalam keluar, sebagaimana sistem simbol Islam mempengaruhi sistem budaya masyarakat (Sinaga, 2016:90-95). Ajaran Islam bersumber pada wahyu yang tidak berubah dan tidak bisa diubah, oleh karenanya dinamika yang melibatkan masyarakat historis terhadap kreativitas pemahaman manusia dan budaya dimana agama datang untuk memperkuatnya (Hermansyah, 2014:55-66). Islam sebagai sebuah identitas budaya dan spiritual membentuk sebuah gerakan kultural yang berasimilasi dengan budaya India (Hindu-Budha) yang telah lama hidup di kepulauan Nusantara (Nurhuda, 2015).

Tradisi panjang jimat merupakan bentuk dari intepretasi simbolis manusia terhadap agama yang secara esensial berbeda dengan trasendentalisme orientasi hukum Islam di wilayah jazirah Arab (Nurhuda, 2015:198-215). Dari porsesi ini, masyarakat datang

dengan antusias untuk mengikuti perayaan maulid, bukan hanya pada malam puncak panjang jimat, masyarakat menyambutnya selama satu bulan penuh dengan mengadakan *bazar* atau masyarakat setempat menyebutnya dengan pasar muludan (Yusuf, 2013:19-31). Menurut Walter Abell dalam kuntowijoyo, salah satu mata rantai yang menghubungkan kondisi ekonomi dan superstruktur budaya ialah psikologi (Kuntowijoyo, 2006). Faktor budaya yang terdiri dari kelas sosial, subkultur dan budaya itu sendiri berpengaruh signifikan terhadap konsumsi dan perilaku konsumsi, sebagaimana agama yang merupakan bagian dari subkultur memiliki pengaruh dalam keputusan pribadi dan sosial manusia. Hubungan harmonis antara budaya yang ada dengan nilai-nilai Islam dibingkai dalam masyarakat majemuk dan tidak dapat dilepaskan dari kenyataan bahwa Islam dapat hidup berdampingan dengan realitas sosial-budaya diantara masyarakat (Mutawali, 2016).

Kebudayaan bukan hanya menghasilkan sebuah tradisi tetapi mengubah struktur sosial yang berkembang menjadi suatu kekuatan ekonomi (Muhaimin, dkk, 2017). Sebagaimana yang ditegaskan oleh Polanyi dalam tesisnya bahwa perkembangan suatu pasar akan dijadikan suatu indikator terhadap terjadinya perubahan sosial, pasar tak ubahnya sebagai suatu jalan hidup komunitas sebagai sarana institusi ekonomi untuk mentransformasi sosial, budaya, dan politik (Damsar, 2009).

Pasar merupakan institusi sosial yang diatur dengan norma-norma dan sanksi dan dibentuk melalui interaksi sosial. Redaksi tersebut menjelaskan bahwa pasar mampu mempengaruhi perilaku manusia, pola interaksi dan komunikasi dimana manusia bisa saling tukar menukar informasi. Pasar dijadikan sebagai kegiatan ekonomi dan kegiatan sosial yang mampu menghubungkan serta mempengaruhi kehidupan masyarakat (Nugroho, 2011:5).

Sejarah terbentuknya pasar berawal dari kebiasaan masyarakat jaman dahulu yang menggunakan sistem barter atas barang yang dibutuhkannya namun tidak diproduksi sendiri. Untuk melakukan barter, dipilih sebuah tempat yang disepakati bersama, lama-kelamaan tempat tersebut berubah menjadi pasar. Kegiatan yang dilakukan disana pun tidak hanya sekedar barter namun sudah berupa kegiatan jual beli dengan menggunakan alat pembayaran berupa uang (Sadono, 2010).

Sama halnya dengan teori evolusi pasar yang di kemukakan oleh Imam Al-Ghazali dalam kitabnya *Al-Ihya 'Ulumuddin* yang membahas tentang ekonomi, termasuk pasar (Adiwarman, 2014). Ia telah membicarakan barter dan permasalahannya, termasuk bekerjanya kekuatan permintaan dan penawaran dalam mempengaruhi harga. Dalam penjelasannya tentang proses terbentuknya suatu pasar ia menyatakan:

“Dapat saja petani hidup di mana alat-alat pertanian tidak tersedia. Sebaliknya pandai besi dan tukang kau hidup dimana lahan pertanian tidak ada. Namun secara alami mereka akan saling memenuhi kebutuhan masing-masing. Dapat pula terjadi tukang kayu membutuhkan makanan, tetapi petani tidak membutuhkan alat-alat

tersebut atau sebaliknya. Keadaan ini menimbulkan masalah. Oleh karena itu, secara alami pula orang akan terdorong untuk menyediakan tempat penyimpanan alat-alat di satu pihak dan tempat penyimpanan hasil pertanian di pihak lain, Tempat inilah yang kemudian didatangi pembeli sesuai kebutuhannya masing-masing sehingga terbentuklah pasar. Petani, tukang kayu, dan pandai besi yang tidak dapat langsung melakukan barter, juga terdorong pergi ke pasar ini. Bila di pasar juga tidak ditemukan orang yang mau melakukan barter, ia akan menjual pada pedagang dengan harga yang relatif murah untuk kemudian disimpan sebagai persediaan. Pedagang kemudian menjualnya dengan suatu tingkat keuntungan. Hal ini berlaku untuk setiap jenis barang.” (Al-Ghazali, Abu Hamid, 2010).

Dari pernyataan tersebut, Al-Ghazali menyadari kesulitan yang di timbul akibat sistem barter yang dalam istilah ekonomi modern disebut *double coincidence*. Dan karena itu di perlukan suatu pasar (Nur & Euis, 2010).

Pasar sendiri merupakan sebuah mekanisme pertukaran produk baik berupa barang maupun jasa yang alamiah dan telah berlangsung sejak peradaban awal manusia. Islam menempatkan pasar pada kedudukan yang penting dalam perekonomian (Vinna, 2016), praktik ekonomi pada masa Rasulullah dan Khulafar Rasyidin menunjukan peranan pasar yang besar dalam pembentukan masyarakat Islam pada masa itu. Penghargaan Islam terhadap mekanisme pasar berdasar pada ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilakukan secara baik dengan rasa suka sama suka (*antaradin minkum/mutual goodwill*). Dalam Al-Qur’an Allah berfirman :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Penjelasan ayat diatas dijelaskan dalam *Tafsir Jalalain* bahwa dilarang memakan harta dengan jalan yang haram menurut agama seperti riba dan *gasab*/merampas. Kecuali dengan harta perniagaan yang berlaku berdasarkan kerelaan hati masing-masing, maka bolehlah untuk dimakan. Indikator peran pasar dalam Islam mengharuskan adanya prinsip moralitas, keterbukaan, kejujuran dan keadilan. Jika semuanya dapat diterapkan maka, tidak ada alasan untuk menolak mekanisme harga (Sri, 2016:44). Pasar merupakan institusi penopang ekonomi kerakyatan, oleh karenanya berbuat adil dan jujur merupakan modal utama dalam berinteraksi antara konsumen dan produsen untuk menciptakan stabilitas. Aan Jaelani menegaskan bahwa pasar dapat memberikan

efisiensi pada perekonomian, dengan mengoptimalkan sumber daya yang tersedia dan bebas dari intervensi manapun *invisible hand* (Jaelani, 2016). Stanton, mengemukakan pengertian pasar yang lebih luas. Pasar dikatakannya merupakan orang-orang yang mempunyai keinginan untuk puas, uang untuk berbelanja, dan kemauan untuk membelanjakannya. Jadi, dalam pengertian tersebut terdapat faktor-faktor yang menunjang terjadinya pasar, yakni: keinginan, daya beli, dan tingkah laku dalam pembelian (Koentjarningrat, 1984).

B. PERUBAHAN SOSIAL-EKONOMI

Perubahan sosial adalah apa pun yang terjadi (kemunculan, perkembangan, dan kemunduran), dalam kurun waktu tertentu terhadap peran, lembaga, atau tatanan yang meliputi struktur sosial” (Malihah,dkk, 2010:610). Dan perubahan ekonomi biasanya dijelaskan melalui indikator ekonomi yang meliputi Perubahan pertumbuhan ekonomi yang dinyatakan dalam perubahan *Gross Domestic Product* (GDP), perubahan dalam jumlah cadangan Devisa, angka ekspor import, angka pengangguran, angka kemiskinan, kemampuan daya beli masyarakat (*power purchasing parity*), tingkat inflasi, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), tingkat suku bunga, dan indikator -indikator ekonomi makro lainnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Adriana Grigorescu bahwa pariwisata merupakan salah satu faktor penting yang dapat menciptakan pendapatan nasional (PDB) (Adriana, 2006) sementara Zoltan Baros dan Lorant Denes David mengatakan bahwa perencanaan berkelanjutan dalam memberdayakan pariwisata meliputi integrasi antara nilai-nilai ekonomi, lingkungan dan sosial budaya secara holistic (Zoltan Baros, Lorant Denes David, 2007). Muhammad Afdi Nizar menegaskan bahwa sektor pariwisata merupakan sumber dari pendapatan devisa nasional, dan berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, kegiatan produksi, pertumbuhan sektor swasta, pembangunan infrastruktur dan juga berpotensi untuk meningkatkan penerimaan negara dari pajak (Muhammad, 2011).

Kegiatan sosial dan ekonomi yang baik atau sesuai aturan Syariah akan memberikan perubahan yang baik, maju dan sejahtera begitu juga sebaliknya jika kita berbuat kerusakan maka akan memberikan perubahan yang buruk, kemunduran dan kehancuran . Semua itu tergantung dari tindakan atau usaha suatu masyarakat apakah mereka ingin berubah lebih baik atau menjadi orang yang merugi. Sama halnya dengan Firman Allah SWT dalam Q.S. Ar-Ra’d ayat 11 :

لَهُ مُعَقِّبَتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنِّ وَّالٍ

Artinya : “Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah Keadaan sesuatu kaum sehingga

mereka merobah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, Maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

Dalam Tafsir Jalalain dijelaskan maksud ayat diatas ialah manusia selalu di awasi dan jaga oleh para malaikat di hadapannya dan belakangnya berdasarkan perintah Allah, dari gangguan jin dan makhluk-makhluk yang lainnya. Dia tidak mencabut dari mereka nikmat-Nya dari keadaan yang baik dengan melakukan perbuatan durhaka. Menimpakan azab dari siksaan-siksaan tersebut dan pula dari hal-hal lainnya yang telah dipastikan-Nya bagi orang-orang yang telah dikehendaki keburukan oleh Allah, selain Allah sendiri yang dapat mencegah datangnya azab Allah terhadap mereka. Huruf min di sini adalah *zaidah*.

C. PARIWISATA SYARI’AH

Resistensi ekonomi Islam memang tidak membawa signifikansi dalam praktiknya, seperti *leading sector* dalam ekonomi Islam yaitu perbankan syariah hanya memiliki pangsa pasar 5,3% jika dibandingkan dengan pangsa pasar bank konvensional 95,2%. Walaupun industri keuangan Islam terlihat melambat, tetapi eksistensi perbankan syari’ah tetap menjadi acuan bagi sektor-sektor keuangan non-bank untuk eksis dalam industri keuangan syari’ah seperti Baitul Mal wa Tamwil (BMT), asuransi syariah, pegadaian syariah, pasar modal syariah, lembaga ZISWAF dan wisata syari’ah.

Wisata syari’ah atau sering disebut dengan wisata halal yang telah menjadi representatif atau mewakili wisata Islam, dalam tataran istilah secara tidak langsung mengindikasikan pradoksi pada objeknya, yakni halal. Jika ada wisata halal, maka secara eksplisit mengindikasikan adanya wisata haram, dalam konteks halal dan haram dengan tujuan menarik hikmah dan sejarah yang besar dari keangungan ciptaan Allah, menjadi kurang mengena, sedangkan dalam konteks syari’ah sebagai aturan yang komprehensif diturunkan Allah untuk hamba-hambanya, baik dalam masalah akidah, ibadah, muamalah, adab, maupun akhlak. Pariwisata yang terkait langsung dengan nilai dan prinsip Islam, istilah yang tepat digunakan adalah wisata syari’ah.

Dalam konteks wisata agama, masyarakat Indonesia cenderung lebih mengenalnya dengan istilah wisata religi. Wisata religi merupakan perpaduan antara pariwisata hedonis dan aktualisasi ziarah Qur’an (Gabbrakhmanov, Niyaz & Biktimirov, 2016). Berwisata menurut konteks Islam terkait erat dengan peninggalan sejarah, misalnya saja dalam haji ke Mekkah yang merupakan prosesi napak-tilas mulai dari penciptaan manusia melalui tokoh Adam dan Hawa sampai dengan puncak kesadaran spiritual dengan tokohnya Ibrahim dan Ismail lalu dipuncaki Rasulullah Muhammad Saw. Salah satu dalam pilar Islam, menuntut umat Islam untuk melakukan perjalanan setidaknya sekali seumur hidup kecuali dibatasi oleh ketidak mampuan fisik (Hamira, 2010). Agama bukanlah fokus

utama pada studi pariwisata, tetapi hubungan antara pariwisata dan Islam selain ziarah telah lama di abaikan (Michele, 2014).

Wisata syari'ah sebagai suatu tren baru dalam paradigma ekonomi Islam memperluas khasanah dalam perkembangan sosial-ekonomi bagi masyarakat muslim pada umumnya, konsep wisata syari'ah tidak sekedar ziarah makam bersejarah dan masjid-masjid peninggalan Islam. Perluasan makna dari wisata syariah meliputi aspek kuliner, perhotelan syari'ah, muslim fashion dan kosmetik spa yang bersertifikat halal dari MUI. Adapun aspek tambahan pada jasa keuangan syari'ah sebagai penunjang bagi eksistensi wisata syari'ah (Hery, 2014:14).

Berikut merupakan penjelasan yang di rinci Hamzah dan Yudiana dalam Aan Jaelani, perbedaan antara wisata konvensional, wisata religi dan wisata syariah dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 1. Perbedaan wisata konvensional, wisata religi dan wisata syari'ah

No	Aspek	Wisata Konvensional	Wisata Religi	Wisata Syari'ah
1	Obyek	Alam, Budaya, Heritage, Kuliner	Tempat Ibadah, Peninggalan Sejarah	Semuanya
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan Spiritualitas	Meningkatkan Spiritualitas dengan cara menghibur
3	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk menghibur	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa. Guna mencari ketenangan batin	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
4	Guide	Memahami dan Menguasai informasi sehingga bias menarik wisatawan terhadap obyek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata.	Membuat turis tertarik pada onyek sekaligus membangkitkan spirit religi wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syari'ah dalam bentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia.
5	Fasilitas Ibadah	Sekedar Pelengkap	Sekedar Pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan obyek pariwisata, ritual ibadah menjadi paket hiburan
6	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal

7	Relasi Masyarakat Dan Lingkungan Obyek Wisata	Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi.	Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi.	Integrated, interaksi berdasar pada prinsip syari'ah.
8	Agenda Perjalanan	Setiap Waktu	Waktu-waktu tertentu	Memperhatikan Waktu

Pangsa pasar wisata syari'ah tidak dibatasi oleh kepercayaan dalam keberagaman, namun mencakup atas keuniversalan agama yang di rambu-rambui oleh nilai dalam etika Islam. Islam sebagai wadah untuk memberikan fasilitas bagi wisatawan, khususnya masyarakat muslim dan tidak menutup kemungkinan masyarakat non-muslim ikut menikmati kearifan lokal sebagaimana yang dikatakan oleh Aan Jaelani (Jaelani, 2017). Dalam perencanaan formal dan kebijakan, pariwisata merupakan sektor yang menarik bagi pemerintah khususnya pemerintah daerah untuk memaksimalkan pengembangan ekonomi dengan pendekatan yang berbeda-beda sesuai dengan sistem dan budaya politik masing-masing daerah (Henderson, 2008:99-115).

IV. KESIMPULAN

Wisata syari'ah merupakan salah satu bentuk dari aktualisasi konsep ekonomi Islam yang memanfaatkan budaya untuk berkembang menjadi suatu sintesa bagi industri ekonomi kreatif. Tradisi menarik minat masyarakat untuk berkumpul didalam ruang dan waktu yang sama pada tempat yang disakralkan, misalnya saja dalam memperingati maulid nabi yang sudah secara turun temurun dalam lingkungan Keraton Cirebon dapat dimanfaatkan menjadi sebuah peluang usaha bagi masyarakat.

Wisata syari'ah dalam mengkaji budaya atau hanya sekedar untuk rekreasi memiliki banyak sekali potensi yang dapat digali secara radikal komprehensif, oleh sebab itu perlu banyak faktor-faktor penunjang untuk memajukan industri pariwisata. Misalnya saja akses yang dapat di capai dengan mudah, infrastruktur yang memadai, tempat menginap baik hotel maupun hostel yang terjangkau, atau agen-agen travel yang dapat memberikan pelayanan prima.

V. DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim, Adiwarmar, *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta : Rajawali Pers, 2014.
- Alam, Syed Syah, Rohani Mohd, Badrul Hisham, "is religiosity an important determinant on muslim consumer behaviour in Malaysia?" *Journal of Islamic Marketing*, 2 (1), 83-96
- Baehaqi, Ahmad Imam. "Omzet Pedagang Pasar Muludan Keraton Kasepuhan Diperkirakan Mencapai Rp 20 Miliar" Diakses dari www.jabar.tribunnews.com pada tanggal 26 Desember 2018

- Bunghez , Corina Larisa, "The Importance of Tourism to a Destination's Economy" *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*, 2016
- Baros, Z, David, LD. "Environmentalism and Sustainable Development From The Point of View of Tourism". *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism* , 2007 : 2 (2), 141-152.
- Carboni, Michele, Carlo Perelli, Giovanni Sistu, "Is Islamic Tourism Viable Option For Tourism in Tunisia? Insights From Djerba", *Tourism Management Perspective*, (2014), 11, 1-9
- Damsar, Indriyani, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, Jakarta : Kencana, 2009.
- Fahim, Syeda Tamanna, Evana Nusrat Dooty, "Islamic Tourism : In the Perspective of Bangladesh", *Global Journal of Management and Business Research : Real Estate Event and Tourism Management*, (2014), 14 (1), 1-7
- Farhani, HZ, Henderson, JC. "Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies : The case of Iran and Saudi Arabia", *International Journal of Tourism Research*, (2010) : 12, 79-89
- Faruqi, Yasmen Mahnaz, "Islamic View of Nature and Values : Could be the Answer to Building Bridges Between Modern Science and Islamic" *International Education Journal*, 2007, 8 (2), 461-469
- Fathnur, "Mengenal Pasar Muludan Cirebon yang Omzetnya Diprediksi Tembus Rp 20 Miliar", Diakses dari www.news.okezone.com pada tanggal 26 Desember 2018
- Gabdrakhmanov, Niyaz & Biktimirov, N.M. & Rozhko, M.V. & Mardanshina, R.M.. (2016) "Features of islamic tourism" *Academy for Marketing Studies Journal* (2016) 20 (1), 45-50.
- Greetz, Clifford, *The Interpretation of Cultures : Selected Essays*, Terj. Francisco Budi Hardiman, Yogyakarta : Kanisius, 1992.
- Grigorescu, Andriana. "National Policies and Public Marketing For Cultural Tourism Destination", 6th *International Scientific Conference, Tourist Destination Attractions in the Increased Tourist Expenditure, Faculty of Tourism and Hospitality Management Opatija, Universiti of Rijeka, Opatija, Croatia, May 8th, 2008*
- Grigorescu, Andriana. "Tourism Companies Performances and Managerial Skills" 5th *International Scientific Conference, Tourist Destination Attractions in the Increased Tourist Expenditure, Faculty of Tourism and Hospitality Management Opatija, Universiti of Rijeka, Opatija, Croatia, May 4th, 2006*
- Henderson, JC. "The Politics of Tourism : A Perspective From The Maldives", *Tourismos : An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, (2008) : 3 (1), 99-115.
- Hakim, Atang Abd, Hasan Ridwan, M. Hasanudin, Sofian Al-Hakim, "Towards Indonesia Halal Tourism" *Ahkam Jurnal Ilmu Syari'ah*, 2017, 17 (2), 279-299
- Hj Ali, Fadzilah Akmal, Maslina Mansor, Normazlina Abu Bakar Harun, "Muslim Tourist and Islamic Tourism", *World Applied Sciences Journal*, 2017, 35 (8) 1463-1469
- Hassan, "Islamic Tourism The Concept and the Reality," *Islamic Tourism*, 2004, 12 (1) 79-89
- Hermansyah, " Islam and Local Culture in Indonesia" *Al-Albab – Borneo Journal of Religious Studies (BJRS)*, 2014, 3 (1), 55-66

- Islahi, Abdul Azim, "Market Mechanism in Islam : A Historical Perspective" *Journal of Islamic Economic*, 1995, 1 (8), 1-13
- 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. "Halal Tourism Industry in Indonesia : Potential and Prospect" *International Review of Management and Marketing*, (2017) : 7 (3), 25-34
- Jaelani, A. "Pancasila Economic and the Challenges Globalization and Free Market In Indonesia" *Journal of Economic and Social Thought*, 2016 : 3 (2), 241-251
- Koentjaraningrat, dkk, *Kamus Istilah Antropologi*, Jakarta: departemen pendidikan dan kebudayaan, 1984.
- Kuntowijoyo, *Budaya dan Masyarakat*, Yogyakarta : Tiara Wacana, 2006
- Malihah, dkk, *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial : Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya*, Jakarta : Kencana, 2016.
- Manan, Muhammad Abdul, *Islamic Economics : Theory and Practice*, Delhi, Jayyed Press, 1970.
- Masduqi, M. *Cirebon Dari Kota Tradisional Ke Kota Kolonial*, Cirebon : Nurjati Press, 2011.
- Muhaimin, Mujib, A, Mudzakir, J. *Studi Islam Dalam Ragam Dimensi dan Pendekatan*, Jakarta : Kencana, 2017.
- Mutawali, "Moderate Islam in Lombok : The Dialectic Between Islam and Local Culture", *Journal of Indonesian Islam*, 2016, 10 (2), 309-334
- Naqvi, Syed Nawab Haidar, *Ethics and Economic : An Islamic Syntesis*, Terj. Husin Anis, Asep Hikmat, Bandung : Mizan, 1985.
- Nizar, MA. "Tourism Effect on Islamic Growth in Indonesia", *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 2011 : 6 (2), 195-211
- Nugroho, H, *Uang, Rentenir dan Hutang Piutang di Jawa*, Jogjakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- Prayitno, Panji, "Catat Jadwal dan Cara Pesan Tiket Citros Saat Berlibur ke Cirebon" dikases dari www.liputan6.com pada tanggal 1 Juli 2019
- Rianto, N, Amalia, E. *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Sairin, Sjafrin, Pujo Semedi, Bambang Hidayana, *Pengantar Antropologi Ekonomi*, Yogyakarta : Putaka Pelajar, 2016
- Sedarmayanti, *Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan dan Industri Pariwisata*, Bandung : Ravika Aditama, 2014.
- Sinaga, Ali Imran, "Islamic Culture and Culture of Islam : As a Reflection in Rediscovering of Standard Absorption of Culture in Islamic Teaching" *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 2016, 21 (5), 90-95
- Snapshot Perbankan Syariah dan Konvensional*, diakses dari www.ojk.go.id pada tanggal 26 Desember 2018
- Sucipto, Hery, Fitria Andayani. *Wisata Syariah : Karakter, Potensi, Prospek dan Tantangannya*, Jakarta : Grafindo Books Media, 2014.

- Sukirno, Sadono, *Mikro Ekonomi*, Jakarta : Rajawali Pers, 2010
- Sulendraningrat, *Babad Tanah Jawa atau Babad Cirebon*.
- Syafei, FR. "Pasar Rakyat Muludan Dapat Menggenjot Pelaku Usaha Kecil", Diakses dari www.ayocirebon.com pada tanggal 26 Desember 2018.
- Syahriza, Rahmi, "Pariwisata Berbasis Syari'ah" *Human Falah*, 2014, 1(2), 135-145
- Pemerintah Kota Cirebon, *Potensi Wisata Budaya Kota Cirebon*, 2021.
- Wamad, Sudirman, "Dear Wisatawan, Kini Keliling Cirebon Cukup Pakai Citrus Saja" Diakses dari www.detik.news.com pada tanggal 1 Juli 2019
- Widiana, Nurhuda, "Pergumulan Islam Dengan Budaya Lokal", *Teologia*, 2015, 26 (2), 198-215
- Yuniarti, Vinna Sri, *Ekonomi Mikro Syariah*, Bandung : Pustaka Setia, 2016.
- Yusuf, Mohammad, "When Culture Meets Religions : The Muludan Tradition in the Kanoman Sultanate, Cirebon, West Java" *Al-Albab-Borneo Journal of Religion Studies (BJRS)*, 2013, 2 (1), 19-3