



Peran Wisata Religi terhadap Pemberdayaan UMKM di sekitar Makam Sunan Bonang Kabupaten Tuban

Siti Nur Avivah¹⁾, Siti Kris Fitriana Wahyu Lestari²⁾

^{1,2)} Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Tuban

Submitted:21-01-2026 || Review14-02-2026|| Revision23-02-2026 || Accepted 05-04-2026

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana wisata religi berperan dalam meningkatkan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sekitar kawasan Makam Sunan Bonang, Kabupaten Tuban. Wisata religi tidak hanya berkaitan dengan aktivitas spiritual, tetapi juga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kondisi ekonomi masyarakat sekitar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengkaji berbagai sumber literatur yang relevan, seperti jurnal ilmiah dan buku. Hasil kajian menunjukkan bahwa keberadaan wisata religi mampu mendorong peningkatan pendapatan pelaku UMKM, membuka peluang kerja, serta memicu munculnya inovasi produk lokal. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan modal, kemampuan manajemen yang belum optimal, serta pemanfaatan teknologi digital yang masih rendah. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat agar potensi wisata religi dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal.

Kata kunci: Wisata Religi, UMKM, Pemberdayaan Ekonomi, Tuban

Abstract:

This research was conducted to understand how religious tourism plays a role in empowering Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) around the Sunan Bonang Tomb in Tuban Regency. Religious tourism is not only related to spiritual activities but also has a significant impact on the economic conditions of the surrounding community. This research used a qualitative approach by reviewing various relevant literature sources, such as scientific journals and books. The results indicate that religious tourism can boost MSME income, create job opportunities, and stimulate innovation in local products. However, several obstacles remain, such as limited capital, suboptimal management skills, and low utilization of digital technology. Therefore, collaboration between the government, businesses, and the community is needed to maximize the potential of religious tourism to improve local economic well-being.

Keywords: Religious Tourism, MSMEs, Economic Empowerment, Tuban

¹E-mail: sitinuravivah331@gmail.com,
sitikrisfitrianaawahyulestari@gmail.com

Pendahuluan

Kabupaten Tuban dikenal sebagai salah satu destinasi wisata religi penting di Indonesia, khususnya karena keberadaan berbagai situs ziarah para wali yang memiliki nilai historis dan spiritual tinggi. Salah satu destinasi yang paling banyak dikunjungi adalah Makam Sunan Bonang, yang merupakan bagian penting dari sejarah penyebaran Islam di Pulau Jawa. Keberadaan makam ini tidak hanya menjadi tempat ibadah dan ziarah bagi umat Muslim, tetapi juga menjadi daya tarik wisata yang mampu menarik ribuan pengunjung setiap harinya, terutama pada hari-hari tertentu seperti akhir pekan dan peringatan hari besar Islam.

Wisata religi yang berkembang di kawasan tersebut tidak hanya memberikan manfaat dari segi spiritual, tetapi juga memiliki dampak signifikan terhadap aspek ekonomi masyarakat sekitar. Kehadiran para peziarah mendorong tumbuhnya berbagai aktivitas ekonomi, khususnya dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Berbagai jenis usaha mulai bermunculan, seperti pedagang makanan dan minuman, penjual oleh-oleh khas daerah, serta penyedia jasa parkir dan layanan pendukung lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa wisata religi memiliki peran strategis sebagai penggerak ekonomi lokal yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakat dan menciptakan peluang usaha baru.

Namun demikian, dalam pengelolaannya, UMKM di kawasan wisata religi Makam Sunan Bonang masih menghadapi berbagai tantangan yang cukup kompleks. Permasalahan yang sering dijumpai antara lain rendahnya kualitas sumber daya manusia, keterbatasan akses terhadap permodalan, serta kurang optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan pengembangan usaha. Selain itu, persaingan antar pelaku usaha yang semakin ketat juga menuntut adanya inovasi dan strategi yang tepat agar UMKM dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diungkapkan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut, yaitu bagaimana kontribusi wisata religi dalam pemberdayaan UMKM di kawasan Makam Sunan Bonang Kabupaten Tuban, bagaimana pengaruh yang ditimbulkan terhadap peningkatan pendapatan dan peluang kerja masyarakat, serta apa saja tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha mereka di kawasan wisata religi tersebut. Melalui rumusan masalah ini, diharapkan penelitian mampu memberikan penjelasan yang terang mengenai sumbangan wisata religi terhadap penguatan ekonomi masyarakat serta alternatif yang dapat diambil untuk menyelesaikan berbagai isu yang ada.

Tinjauan Literatur

Kajian Teori yang Relevan

Wisata religi merupakan salah satu bentuk kegiatan pariwisata yang tidak hanya berorientasi pada aspek spiritual, tetapi juga memiliki nilai sosial dan ekonomi. Menurut Fahmi (2022), berpendapat bahwa kegiatan ini bukan hanya sekadar aktivitas

keagamaan, tetapi juga memiliki potensi dalam mendorong perekonomian masyarakat di

sekitar lokasi wisata. Selain itu, wisata religi juga menjadi bagian penting dalam industri pariwisata karena mampu menggabungkan nilai keagamaan dengan budaya lokal.

Manajemen wisata religi berkaitan dengan bagaimana suatu destinasi dikelola agar mampu memberikan manfaat yang optimal bagi masyarakat. Menurut Rahmawati (2021), pengembangan wisata religi berpendapat bahwa memiliki peran penting sebagai penggerak perekonomian masyarakat serta mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Oleh karena itu, pengelolaan yang baik sangat diperlukan agar potensi wisata religi dapat dimaksimalkan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Sari (2020), pemberdayaan UMKM berpendapat bahwa memiliki kontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian, UMKM menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian lokal.

Wisata religi memberikan dampak ekonomi yang signifikan terhadap masyarakat di sekitarnya. Menurut Pratama (2023), wisata religi berpendapat bahwa mampu meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat serta memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat lokal. Selain itu, wisata religi juga memiliki efek berantai (multiplier effect) terhadap sektor ekonomi lainnya.

Inovasi produk menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan UMKM, terutama di kawasan wisata. Menurut Hidayati (2022), inovasi berpendapat bahwa diperlukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen serta meningkatkan daya saing usaha. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu terus melakukan inovasi agar dapat bertahan dalam persaingan.

Dalam pengembangannya, UMKM juga menghadapi berbagai kendala yang dapat menghambat pertumbuhan usaha. Menurut Saputra (2023), pengembangan UMKM berpendapat bahwa masih menghadapi hambatan seperti keterbatasan modal, kurangnya pelatihan, serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari berbagai pihak untuk mengatasi kendala tersebut.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam pengelolaan wisata religi di kawasan Makam Sunan Bonang Kabupaten Tuban serta dampaknya terhadap pelaku UMKM di sekitarnya. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang komprehensif berdasarkan berbagai sumber literatur ilmiah yang relevan dengan topik penelitian.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka (library research), yaitu dengan mengkaji dan menganalisis berbagai jurnal ilmiah, buku, serta sumber literatur lain yang berkaitan dengan wisata religi, pengelolaan pariwisata, dan perkembangan UMKM. Data yang dikumpulkan meliputi hasil penelitian terdahulu, teori-teori yang relevan, serta temuan empiris yang mendukung pembahasan penelitian. Dengan demikian, data yang digunakan bersifat sekunder dan diperoleh dari sumber-sumber terpercaya.

~~Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai hasil penelitian dari jurnal yang berbeda. Melalui metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang faktual dan mendalam mengenai pengelolaan wisata religi serta dampaknya terhadap UMKM berdasarkan kajian literatur yang ada.~~

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Ekonomi terhadap Pelaku UMKM

Menurut Nizar (2018) pengembangan wisata religi memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat serta mendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah di sekitar kawasan wisata. Meningkatnya jumlah wisatawan, terutama pada hari libur dan acara keagamaan, menyebabkan peningkatan omzet penjualan parapedagang. Produk yang banyak diminati antara lain makanan, minuman, dan suvenir khas daerah. Hal ini menunjukkan bahwa wisata religi mampu menjadi sumber penghasilan utama bagi masyarakat sekitar. Selain itu, peningkatan aktivitas ekonomi tersebut juga berdampak pada berkembangnya berbagai jenis usaha baru yang muncul sebagai respon terhadap kebutuhan wisatawan. Masyarakat lokal mulai memanfaatkan peluang dengan membuka usaha kuliner, toko oleh-oleh, serta jasa pendukung lainnya seperti parkir dan transportasi. Kondisi ini menunjukkan adanya efek berantai (*multiplier effect*) yang dihasilkan dari kegiatan wisata religi terhadap perekonomian lokal. Tidak hanya itu, keberadaan wisata religi juga mendorong peningkatan daya beli masyarakat karena adanya perputaran uang yang lebih cepat di kawasan tersebut.

Di sisi lain, perkembangan ini juga memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar mampu bersaing dan menarik minat wisatawan. Dengan semakin banyaknya pengunjung, pelaku usaha dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menawarkan produk yang unik dan memiliki ciri khas daerah. Oleh karena itu, wisata religi tidak hanya berfungsi sebagai sarana ibadah, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di sekitarnya. Jika dikaitkan dengan kondisi di kawasan Makam Sunan Bonang Kabupaten Tuban, fenomena ini menunjukkan bahwa tingginya arus kunjungan peziarah secara langsung menciptakan dinamika ekonomi yang cukup signifikan, di mana kawasan sekitar makam berkembang menjadi pusat aktivitas ekonomi berbasis masyarakat. Hal ini mengindikasikan bahwa keberadaan wisata religi tidak hanya berdampak secara teoritis, tetapi juga secara nyata mampu menggerakkan roda perekonomian lokal melalui peningkatan transaksi jual beli, pertumbuhan usaha baru, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat secara bertahap dan berkelanjutan.

Menurut Widodo (2019), *wisata religi mampu menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta meningkatkan pendapatan masyarakat lokal*. Wisata religi juga berperan dalam membuka peluang kerja baru bagi masyarakat lokal. Berbagai jenis pekerjaan muncul, seperti pedagang kaki lima, penjual suvenir, penyedia jasa parkir, dan pemandu wisata. Dengan adanya peluang tersebut, tingkat pengangguran di sekitar kawasan wisata dapat berkurang, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan wisata religi juga mendorong keterlibatan masyarakat secara langsung dalam kegiatan ekonomi, sehingga mereka tidak hanya menjadi penonton tetapi juga pelaku utama dalam aktivitas pariwisata. Hal ini memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk memanfaatkan potensi yang dimiliki, baik dari segi keterampilan maupun sumber daya lokal. Peningkatan kesempatan kerja ini juga berdampak pada

meningkatnya pendapatan rumah tangga, yang pada akhirnya dapat memperbaiki taraf hidup masyarakat.

Berkembangnya lapangan kerja di sektor wisata religi turut memicu pertumbuhan sektor informal yang fleksibel dan mudah diakses oleh masyarakat dengan berbagai latar belakang pendidikan. Kondisi ini menjadi solusi alternatif dalam mengatasi keterbatasan lapangan kerja formal. Oleh karena itu, wisata religi memiliki peran strategis dalam menciptakan kesempatan kerja yang luas serta mendorong pemerataan ekonomi di masyarakat sekitar kawasan wisata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan wisata religi tidak hanya memberikan manfaat ekonomi jangka pendek, tetapi juga memiliki potensi jangka panjang dalam menciptakan stabilitas ekonomi masyarakat apabila dikelola secara optimal dan berkelanjutan, sehingga mampu menjadi salah satu sektor unggulan dalam pembangunan ekonomi daerah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan UMKM di kawasan wisata religi tidak hanya dipengaruhi oleh tingginya jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengelola peluang tersebut secara efektif. Pelaku UMKM yang mampu mengoptimalkan strategi pemasaran, menjaga kualitas produk, serta memberikan pelayanan yang baik cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pelaku usaha lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa faktor internal, seperti kompetensi dan kreativitas pelaku usaha, memiliki peran yang sama pentingnya dengan faktor eksternal berupa jumlah kunjungan wisatawan.

Selain itu, keberadaan wisata religi juga dapat memperkuat struktur ekonomi lokal melalui peningkatan keterkaitan antar sektor. Aktivitas wisata tidak hanya berdampak pada sektor perdagangan, tetapi juga mendorong pertumbuhan sektor lain seperti transportasi, jasa, dan industri kreatif. Keterkaitan ini menunjukkan bahwa wisata religi memiliki peran strategis dalam menciptakan sistem ekonomi yang saling terhubung dan berkelanjutan, sehingga manfaat ekonomi yang dihasilkan dapat dirasakan oleh berbagai lapisan masyarakat. Di sisi lain, untuk menjaga keberlanjutan dampak ekonomi tersebut, diperlukan pengelolaan kawasan wisata yang lebih terarah dan terencana. Tanpa adanya pengelolaan yang baik, potensi ekonomi yang besar justru dapat menimbulkan permasalahan baru, seperti ketimpangan pendapatan, persaingan usaha yang tidak sehat, serta penurunan kualitas lingkungan wisata. Oleh karena itu, pengelolaan wisata religi perlu memperhatikan aspek keberlanjutan, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun lingkungan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa wisata religi di kawasan Makam Sunan Bonang tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi jangka pendek, tetapi juga memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan ekonomi daerah secara berkelanjutan. Namun, potensi tersebut perlu diimbangi dengan peningkatan kapasitas pelaku UMKM, pengelolaan wisata yang profesional, serta dukungan dari berbagai pihak agar manfaat yang dihasilkan dapat terus berkembang dan memberikan dampak positif bagi masyarakat dalam jangka panjang.

Inovasi Produk UMKM

Suryani (2020) menyatakan bahwa *pengembangan wisata religi mendorong tumbuhnya ekosistem UMKM serta inovasi produk berbasis potensi lokal*. Pelaku UMKM mulai melakukan inovasi dalam mengembangkan produk yang dijual kepada wisatawan. Mereka berusaha menciptakan produk khas daerah yang memiliki nilai unik dan daya tarik tersendiri. Inovasi ini penting untuk meningkatkan daya saing usaha sekaligus menarik minat wisatawan agar membeli produk lokal. Inovasi yang dilakukan tidak hanya terbatas pada produk, tetapi juga mencakup aspek pengemasan, pemasaran, dan pelayanan kepada konsumen. Pelaku UMKM mulai memperhatikan kualitas kemasan agar lebih menarik dan praktis, serta

menyesuaikan dengan selera wisatawan yang beragam. Di sisi pemasaran, sebagian pelaku usaha juga mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Inovasi produk berbasis potensi lokal juga menjadi upaya dalam mempertahankan identitas budaya daerah. Produk-produk yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga mengandung nilai budaya yang dapat menjadi ciri khas suatu daerah. Dengan demikian, pengembangan inovasi UMKM dalam kawasan wisata religi tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga berperan dalam melestarikan kearifan lokal serta memperkuat daya tarik wisata itu sendiri. Inovasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM juga menunjukkan adanya upaya adaptasi terhadap perkembangan tren dan kebutuhan pasar yang terus berubah. Wisatawan yang datang ke kawasan wisata religi tidak hanya mencari produk yang bersifat fungsional, tetapi juga produk yang memiliki nilai estetika, keunikan, dan pengalaman tersendiri. Oleh karena itu, pelaku UMKM dituntut untuk mampu membaca peluang pasar dengan menciptakan produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki daya tarik visual dan nilai cerita (story value) yang dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Selain itu, inovasi juga dapat dilihat dari cara pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan wisatawan. Dengan pelayanan yang baik, wisatawan tidak hanya akan melakukan pembelian, tetapi juga berpotensi untuk kembali berkunjung serta merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Hal ini tentu akan memberikan dampak positif terhadap keberlangsungan usaha UMKM dalam jangka panjang. Di sisi lain, pemanfaatan teknologi digital juga menjadi bagian penting dalam mendorong inovasi UMKM. Penggunaan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan marketplace memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Dengan strategi pemasaran digital yang tepat, pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen di luar daerah bahkan hingga tingkat nasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa inovasi tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga pada strategi pemasaran yang lebih modern dan efektif.

Namun demikian, inovasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM masih perlu terus dikembangkan agar mampu bersaing secara berkelanjutan. Dukungan dari berbagai pihak, seperti pelatihan kewirausahaan, pendampingan usaha, serta akses terhadap teknologi dan informasi, sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan inovasi pelaku UMKM. Dengan adanya dukungan tersebut, diharapkan pelaku UMKM tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang menjadi usaha yang lebih maju dan kompetitif di tengah persaingan yang semakin ketat. Dengan demikian, inovasi produk dan strategi usaha yang dilakukan oleh pelaku UMKM di kawasan wisata religi merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta mendukung keberlanjutan usaha. Hal ini sekaligus memperkuat peran UMKM sebagai penggerak utama ekonomi lokal yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada pelestarian budaya dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kolaborasi antar pelaku UMKM juga menjadi salah satu bentuk inovasi yang dapat meningkatkan daya saing usaha di kawasan wisata religi. Melalui kerja sama, pelaku UMKM dapat saling mendukung dalam hal produksi, pemasaran, hingga distribusi produk. Misalnya, pelaku usaha makanan dapat bekerja sama dengan pengrajin suvenir untuk menciptakan paket produk yang lebih menarik bagi wisatawan. Kolaborasi ini tidak hanya

meningkatkan nilai jual produk, tetapi juga memperluas jaringan usaha dan memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompleks. Di sisi lain, peran pemerintah dan lembaga terkait juga sangat penting dalam mendorong inovasi UMKM. Pemerintah dapat memberikan dukungan melalui penyediaan fasilitas pelatihan, bantuan permodalan, serta promosi wisata yang terintegrasi dengan produk lokal. Program-program pemberdayaan UMKM yang berkelanjutan akan membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produk, manajemen usaha, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar. Dengan adanya sinergi antara pelaku UMKM dan pemerintah, pengembangan wisata religi dapat berjalan lebih optimal dan memberikan dampak yang lebih luas bagi perekonomian daerah.

Penting bagi pelaku UMKM untuk terus melakukan evaluasi dan pengembangan usaha secara berkala. Evaluasi ini dapat dilakukan dengan memperhatikan umpan balik dari konsumen, tren pasar, serta perkembangan teknologi. Dengan melakukan evaluasi secara konsisten, pelaku usaha dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk yang mereka tawarkan. Hal ini akan membantu dalam merumuskan strategi inovasi yang lebih tepat sasaran sehingga produk yang dihasilkan tetap relevan dan diminati oleh wisatawan. Keberlanjutan inovasi UMKM juga perlu didukung dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Pelaku usaha perlu memiliki kemampuan dalam hal kreativitas, manajemen, serta pemanfaatan teknologi digital. Pendidikan dan pelatihan yang berkelanjutan akan membantu meningkatkan kompetensi pelaku UMKM sehingga mampu menciptakan produk yang inovatif dan berdaya saing tinggi. Dengan sumber daya manusia yang berkualitas, UMKM di kawasan wisata religi tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang menjadi sektor usaha yang kuat dan berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi serta pelestarian budaya lokal.

Kendala yang Dihadapi Pelaku UMKM

Hidayat (2021) berpendapat bahwa *keterbatasan modal, rendahnya kapasitas manajerial, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital menjadi kendala utama dalam pengembangan UMKM*. Selain itu, kurangnya pengetahuan tentang manajemen usaha serta minimnya pemanfaatan pemasaran digital juga menjadi tantangan yang perlu diatasi agar usaha dapat berkembang lebih optimal. Keterbatasan modal sering kali menghambat pelaku UMKM dalam meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki kualitas produk, maupun memperluas jangkauan pemasaran. Dengan modal yang terbatas, pelaku usaha cenderung kesulitan untuk melakukan investasi pada peralatan, bahan baku berkualitas, maupun inovasi produk yang lebih kompetitif. Di sisi lain, rendahnya kemampuan manajerial menyebabkan sebagian pelaku usaha belum mampu mengelola keuangan, stok barang, dan strategi pemasaran secara efektif.

Kurangnya pemahaman terhadap teknologi digital juga menjadi hambatan yang cukup signifikan di era modern saat ini. Banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan media sosial, marketplace, maupun platform digital lainnya sebagai sarana promosi dan penjualan. Padahal, pemasaran digital memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan konsumen serta meningkatkan daya saing usaha. Oleh karena itu, diperlukan adanya pelatihan, pendampingan, serta dukungan dari pemerintah maupun lembaga terkait

untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan tersebut. Kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM tidak hanya bersifat internal, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti persaingan usaha yang semakin ketat serta kondisi pasar yang dinamis. Banyaknya pelaku usaha yang bergerak di bidang yang sama di kawasan wisata religi menyebabkan tingkat persaingan menjadi tinggi, sehingga pelaku UMKM dituntut untuk memiliki strategi yang tepat agar dapat mempertahankan usahanya. Dalam kondisi tersebut, pelaku usaha yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan cenderung akan mengalami penurunan pendapatan bahkan berpotensi gulung tikar.

Di sisi lain, keterbatasan akses terhadap informasi dan teknologi juga menjadi hambatan dalam pengembangan usaha. Sebagian pelaku UMKM masih belum mendapatkan informasi yang memadai terkait peluang pasar, tren konsumen, maupun strategi pemasaran yang efektif. Hal ini menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam mengembangkan usahanya secara lebih luas dan inovatif. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dan akses informasi menjadi hal yang sangat penting dalam mendukung perkembangan UMKM di era modern. Kurangnya dukungan infrastruktur dan fasilitas pendukung di kawasan wisata juga dapat menjadi faktor penghambat dalam pengembangan UMKM. Fasilitas yang kurang memadai, seperti keterbatasan tempat usaha yang tertata, akses yang kurang optimal, serta minimnya sarana pendukung lainnya, dapat memengaruhi kenyamanan wisatawan dalam berbelanja. Hal ini secara tidak langsung berdampak pada tingkat penjualan dan keberlangsungan usaha pelaku UMKM.

Dengan demikian, berbagai kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM menunjukkan bahwa pengembangan usaha tidak hanya bergantung pada kemampuan individu pelaku usaha, tetapi juga memerlukan dukungan dari lingkungan sekitar, baik dalam bentuk kebijakan, fasilitas, maupun pendampingan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, pengelola wisata, dan masyarakat dalam menciptakan kondisi yang kondusif bagi perkembangan UMKM agar mampu bersaing dan berkembang secara berkelanjutan.

Keterbatasan dalam akses permodalan formal juga menjadi persoalan yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha yang belum memiliki legalitas usaha atau pencatatan keuangan yang rapi, sehingga sulit untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan seperti bank. Kondisi ini menyebabkan mereka lebih bergantung pada modal pribadi atau pinjaman informal yang terkadang memiliki risiko lebih tinggi. Oleh karena itu, penting adanya edukasi mengenai pentingnya legalitas usaha dan pencatatan keuangan yang baik agar pelaku UMKM dapat lebih mudah mengakses sumber pembiayaan yang aman dan berkelanjutan. Di samping itu, rendahnya kemampuan dalam melakukan branding dan diferensiasi produk juga menjadi tantangan tersendiri. Banyak produk UMKM yang memiliki kualitas cukup baik, namun belum mampu bersaing karena kurangnya identitas merek yang kuat dan strategi promosi yang menarik. Padahal, branding yang baik dapat meningkatkan nilai jual produk serta membangun kepercayaan konsumen. Pelaku UMKM perlu didorong untuk menciptakan ciri khas produk, baik dari segi desain, kemasan, maupun cerita di balik produk tersebut, sehingga mampu menarik perhatian wisatawan dan meningkatkan daya saing di pasar.

Selanjutnya, faktor keberlanjutan usaha juga menjadi perhatian penting dalam pengembangan UMKM. Banyak usaha kecil yang belum memiliki perencanaan jangka panjang sehingga rentan terhadap perubahan kondisi pasar. Kurangnya perencanaan bisnis, pengelolaan risiko, serta strategi pengembangan usaha membuat UMKM sulit untuk

bertahan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam menyusun perencanaan bisnis yang matang agar usaha dapat berkembang secara stabil dan berkelanjutan. Pentingnya penguatan jaringan dan kemitraan usaha juga tidak dapat diabaikan. Pelaku UMKM yang memiliki jaringan luas cenderung lebih mudah dalam memperoleh informasi, peluang pasar, serta dukungan usaha. Kemitraan dengan pelaku usaha lain, komunitas, maupun pihak swasta dapat membuka peluang kolaborasi yang menguntungkan. Dengan adanya jaringan yang kuat, pelaku UMKM dapat saling berbagi pengalaman, meningkatkan kapasitas usaha, serta memperluas akses pasar. Hal ini akan membantu UMKM untuk lebih adaptif dan kompetitif dalam menghadapi berbagai tantangan yang ada.

KESIMPULAN

Wisata religi di Makam Sunan Bonang memiliki peran yang sangat penting dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Tuban. Keberadaan destinasi wisata tersebut tidak hanya menjadi pusat kegiatan spiritual, tetapi juga berfungsi sebagai penggerak utama perekonomian masyarakat lokal. Tingginya jumlah kunjungan wisatawan dan peziarah memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatan melalui berbagai aktivitas usaha, seperti perdagangan makanan, minuman, suvenir, serta penyediaan jasa pendukung lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa wisata religi mampu menciptakan ekosistem ekonomi yang produktif dan berkelanjutan bagi masyarakat sekitar.

Namun demikian, untuk mengoptimalkan peran tersebut, diperlukan adanya kolaborasi yang kuat dan berkelanjutan antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Pemerintah memiliki peran penting dalam menyediakan kebijakan yang mendukung, fasilitas yang memadai, serta program pemberdayaan seperti pelatihan dan akses permodalan. Di sisi lain, pelaku UMKM dituntut untuk terus meningkatkan kualitas produk, pelayanan, serta kemampuan manajerial agar mampu bersaing di tengah perkembangan pasar. Sementara itu, masyarakat juga memiliki peran dalam menjaga lingkungan wisata, mendukung keberlangsungan usaha lokal, serta berpartisipasi aktif dalam kegiatan ekonomi yang ada.

Dengan adanya sinergi yang baik antar berbagai pihak tersebut, diharapkan pengelolaan dan pengembangan UMKM di kawasan wisata religi Makam Sunan Bonang dapat berjalan secara optimal. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga memperkuat posisi wisata religi sebagai salah satu sektor unggulan dalam pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Fahmi. (2022). Pemberdayaan desa melalui wisata religi dan UMKM. *JAB: Jurnal Abdimas Berdaya*. <https://pemasberdaya.unisla.ac.id/index.php/jab/article/view/12>
- Hidayat, R. (2021). Analisis kendala pengembangan UMKM di kawasan wisata. *JUMPA: Jurnal Manajemen dan Pariwisata*. <https://ejournal.stiekia.ac.id/index.php/JUMPA/article/view/322>

- Hidayati, M. (2022). Analisis UMKM di wisata religi. *BISMA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Sarana Bisnis Indonesia*, Vol. 2, No. 2, July 2022. <https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/bima/article/view/5938>
- Nizar, M. (2018). Pengaruh wisata religi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/bisma/article/view/2741>
- Pratama. (2023). Dampak wisata religi terhadap UMKM. *JICN: Jurnal Ilmiah Cendekia Nusantara*. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn/article/view/4043>
- Rahmawati. (2021). Pengembangan wisata religi Kabupaten Bangkalan. *Al-Faruq: Jurnal Ekonomi Syariah*. <https://ejournal.iai-tabah.ac.id/alfaruq/article/view/1075>
- Saputra. (2023). Kendala pengembangan UMKM. *JICN: Jurnal Ilmiah Cendekia Nusantara*. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn/article/view/4043>
- Sari. (2020). Peran wisata religi terhadap UMKM. *An-Nuqud: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*. <https://jurnal.iuqibogor.ac.id/index.php/annuqud/article/view/413>
- Suryani, T. (2020). Pengembangan UMKM berbasis wisata religi. *JICN: Jurnal Ilmiah Cendekia Nusantara*. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn/article/view/4043>
- Widodo, S. (2019). Peran wisata religi dalam meningkatkan ekonomi masyarakat lokal. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*.