



## **STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM PENJUAL KITAB UNTUK MEMPERKUAT EKONOMI RELIGIUS DI KAWASAN SUNAN AMPEL**

**Abdul Fatah<sup>1</sup>, Naim<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

**Corresponding Author:** [fatahmorgana74@gmail.com](mailto:fatahmorgana74@gmail.com)

### **ABSTRACT**

Penelitian ini bertujuan menggambarkan kontribusi UMKM penjual kitab terhadap aktivitas ekonomi religius di kawasan wisata Sunan Ampel. Prosesnya dilakukan melalui wawancara langsung dengan pekerja toko kitab yang telah bekerja selama tujuh tahun. Metode pelaksanaan menggunakan observasi lapangan singkat dan wawancara semi-terstruktur yang dilakukan dalam satu hari sesuai jadwal pengabdian Ujian Tengah Semester. Hasilnya menunjukkan bahwa UMKM kitab memiliki peran penting dalam menjaga keberlanjutan ekonomi lokal melalui jam operasional panjang, sistem kerja bergiliran, dan tingginya arus peziarah pada hari libur. Temuan ini mengimplikasikan bahwa UMKM religius berkontribusi pada stabilitas ekonomi sekaligus penguatan literasi keagamaan.

### **Keywords:**

UMKM, Sunan Ampel, ekonomi religius, kitab, wawancara.

### **Article Info:**

Received:15/11/2025

Revised: 26 /11/2025

Accepted:11/12/2025

## **PENDAHULUAN**

Kawasan Sunan Ampel di Surabaya merupakan salah satu pusat wisata religi paling berpengaruh di Indonesia, yang setiap hari dikunjungi ribuan penziarah dari berbagai daerah. Aktivitas ziarah, perdagangan, dan interaksi sosial yang intens menjadikan kawasan ini sebagai ruang budaya yang dinamis, di mana identitas lokal tercipta melalui perpaduan tradisi, spiritualitas, dan praktik ekonomi masyarakat. Di tengah keragaman kuliner yang ditawarkan, Roti Maryam muncul sebagai ikon kuliner yang paling menonjol dan konsisten dicari oleh para wisatawan religi. Keberadaannya tidak hanya berfungsi sebagai makanan ringan, tetapi juga sebagai representasi pengalaman ziarah yang khas dan bagian dari memori kolektif pengunjung. Menurut Pitana & Diarta (2018), kuliner dalam konteks wisata memainkan peran penting sebagai elemen pembentuk identitas destinasi karena mampu mengikat pengalaman emosional dan makna budaya yang tidak dimiliki oleh produk lain.

Fenomena meningkatnya popularitas Roti Maryam di Sunan Ampel menunjukkan bahwa makanan lokal dapat bertransformasi menjadi simbol budaya sekaligus komoditas ekonomi. Menurut Richards (2019), wisata kuliner modern



tidak lagi hanya menekankan rasa makanan, melainkan juga narasi, asal-usul, dan pengalaman sosial yang menyertainya. Dalam konteks itu, Roti Maryam bukan hanya sekadar makanan Timur Tengah yang diadaptasi, tetapi telah menjalani proses lokalisasi budaya melalui citra religius kawasan Ampel, sejarah penyajiannya, dan reputasinya sebagai kuliner “wajib coba”. Hal ini menciptakan nilai tambah yang memperkuat daya tarik wisata dan membedakan kawasan Ampel dari destinasi religi lainnya.

Dari sudut pandang ekonomi, berkembangnya usaha penjual Roti Maryam memberikan dampak signifikan terhadap keberlangsungan UMKM lokal. Menurut Tambunan (2020), UMKM yang beroperasi di sekitar kawasan wisata memiliki peluang pertumbuhan tinggi karena mengandalkan arus pengunjung yang stabil dan loyalitas konsumen berbasis pengalaman. Di Ampel, UMKM Roti Maryam tidak hanya berperan sebagai penyedia kuliner, tetapi juga sebagai aktor ekonomi yang menciptakan lapangan pekerjaan, menggerakkan aktivitas perdagangan mikro, serta memperluas jejaring pemasaran melalui penjualan langsung maupun media digital. Bahkan beberapa UMKM telah memperoleh pengakuan resmi, seperti sertifikat dari pemerintah daerah, yang semakin memperkuat kredibilitas dan nilai jual produknya.

Kajian mengenai Roti Maryam sebagai identitas kuliner kawasan Sunan Ampel menjadi penting karena menghubungkan aspek budaya, pariwisata, dan ekonomi lokal dalam satu fenomena yang saling memengaruhi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Roti Maryam mampu membentuk identitas kuliner kawasan Ampel, mengapa produk ini memiliki daya tarik kuat bagi penziarah, bagaimana peluang UMKM berkembang melalui ikon kuliner tersebut, serta sejauh mana dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat di kawasan wisata religi Sunan

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Kitab Kuning merupakan literatur klasik Islam (*kutub al-turats*) yang menjadi sumber utama pembelajaran di pesantren, berisi disiplin keilmuan seperti fiqh, ushul fiqh, tafsir, hadis, dan tasawuf, dan secara tradisional dipelajari melalui metode *bandongan*, *sorogan*, dan *halaqah* untuk membentuk kompetensi keagamaan serta karakter santri yang berlandaskan intelektualitas dan spiritualitas. Dalam perspektif teori pendidikan pesantren, Kitab Kuning berfungsi sebagai instrumen transmisi ilmu dari ulama salaf kepada generasi baru, sekaligus menjadi identitas keilmuan pesantren yang membedakannya dari lembaga pendidikan umum. Penelitian kontemporer menunjukkan bahwa penguasaan Kitab Kuning tidak hanya berperan sebagai proses akademik, tetapi juga sebagai proses transformasi budaya dan moral karena menanamkan kedisiplinan intelektual dan etika keilmuan. Seiring perkembangan zaman, pesantren melakukan revitalisasi pembelajaran Kitab Kuning melalui integrasi metode tradisional dengan pendekatan modern seperti literasi digital, teknologi pembelajaran, dan inovasi kurikulum, sehingga pengkajian kitab



klasik tetap relevan dalam menjawab tantangan era disrupsi, tanpa kehilangan nilai otoritas keilmuan dan tradisi keagamaan. Dengan demikian, Kitab Kuning memiliki peran strategis sebagai fondasi pelestarian khazanah intelektual Islam sekaligus media adaptasi pendidikan Islam di era modern.

### **Ekonomi Religius**

Ekonomi religius merupakan konsep yang menjelaskan bagaimana aktivitas ekonomi tumbuh dan berkembang seiring dengan praktik keagamaan, ritual ibadah, serta mobilitas peziarah dalam suatu ruang sosial tertentu. Aktivitas keagamaan tidak hanya memiliki dimensi spiritual yang bersifat personal, tetapi juga melahirkan kebutuhan sosial dan ekonomi yang berulang, terstruktur, dan berkelanjutan. Dalam banyak konteks, praktik ibadah seperti ziarah, perayaan hari besar keagamaan, dan ritual kolektif menciptakan arus manusia yang intens dan terus-menerus. Arus ini secara langsung mendorong terbentuknya permintaan terhadap barang dan jasa tertentu yang memiliki nilai simbolik religius. Dengan demikian, ekonomi religius dapat dipahami sebagai hasil dari interaksi dinamis antara keyakinan keagamaan, praktik sosial, dan mekanisme pasar lokal.

Kehadiran peziarah dalam jumlah besar menciptakan ruang ekonomi yang khas, di mana nilai-nilai religius berpadu dengan aktivitas perdagangan dan jasa. Ruang ekonomi ini tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga mengandung unsur kepercayaan, keberkahan, dan makna spiritual. Produk dan jasa yang ditawarkan sering kali dipersepsikan memiliki nilai lebih karena kedekatannya dengan simbol-simbol religius atau tokoh yang diziarahi. Kondisi ini membentuk pola konsumsi yang berbeda dari pasar konvensional, di mana keputusan ekonomi tidak hanya didorong oleh harga dan kualitas, tetapi juga oleh keyakinan, tradisi, dan motivasi spiritual. Oleh karena itu, ekonomi religius memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari sistem ekonomi pada umumnya.

Dalam konteks kawasan Sunan Ampel di Surabaya, ekonomi religius tercermin secara nyata melalui berbagai usaha yang melayani kebutuhan spiritual dan sosial para peziarah. Usaha-usaha tersebut meliputi penjualan kitab keagamaan, Al-Qur'an, perlengkapan ibadah, busana muslim, parfum non-alkohol, hingga jasa pendukung seperti penginapan, transportasi lokal, dan kuliner halal. Aktivitas ekonomi ini tumbuh dan bertahan karena adanya kepercayaan masyarakat terhadap nilai religius kawasan Sunan Ampel sebagai pusat dakwah Islam yang historis. Tradisi ziarah yang diwariskan dari generasi ke generasi menciptakan siklus ekonomi yang berulang dan relatif stabil. Dengan demikian, kawasan Sunan Ampel tidak hanya berfungsi sebagai pusat religius, tetapi juga sebagai pusat ekonomi berbasis nilai-nilai keagamaan yang menopang kehidupan masyarakat sekitar.

Ekonomi religius juga berperan penting dalam memperkuat keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di kawasan ziarah. UMKM di sekitar Sunan Ampel memiliki keunggulan kompetitif yang bersumber dari loyalitas



peziarah dan makna simbolik produk yang mereka jual. Banyak peziarah yang memandang produk tertentu sebagai oleh-oleh bernilai spiritual, bukan sekadar barang konsumsi. Selain itu, motivasi religius mendorong peziarah untuk berbelanja sebagai bentuk partisipasi dalam keberlangsungan kawasan suci. Hal ini menjelaskan mengapa UMKM di kawasan ziarah mampu bertahan bahkan ketika menghadapi persaingan usaha yang ketat dan perubahan perilaku konsumen akibat modernisasi.

Penjelasan mengenai fenomena tersebut dapat diperkuat melalui beberapa teori ekonomi religius dalam sepuluh tahun terakhir. Pertama, *Theory of Religious Economy and Market Interaction* oleh Iannaccone (2015) menjelaskan bahwa institusi keagamaan mampu menciptakan pasar yang stabil melalui loyalitas berbasis kepercayaan. Kedua, *Spiritual Consumption Theory* yang dikemukakan oleh Hirschman dan Belk (2016) menekankan bahwa konsumsi dalam konteks religius dipengaruhi oleh makna simbolik dan pengalaman spiritual. Ketiga, *Pilgrimage-Based Local Economic Development Theory* oleh Olsen (2017) menyatakan bahwa kawasan ziarah berpotensi menjadi pusat pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Keempat, *Faith-Based Entrepreneurship Theory* oleh Dodd dan Gotsis (2018) menyoroti peran nilai keimanan dalam membentuk etika dan daya tahan usaha kecil. Kelima, *Religious Tourism and Sustainable Economy Theory* oleh Timothy dan Nyaupane (2020) menjelaskan hubungan antara pariwisata religius, keberlanjutan ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, ekonomi religius dapat dipahami sebagai kerangka konseptual yang relevan untuk menganalisis dinamika ekonomi di kawasan ziarah seperti Sunan Ampel. Interaksi antara praktik keagamaan, mobilitas peziarah, dan aktivitas UMKM menciptakan ekosistem ekonomi yang unik dan berkelanjutan. Ekonomi religius tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga memperkuat identitas budaya dan nilai-nilai spiritual masyarakat. Oleh karena itu, pemahaman terhadap ekonomi religius menjadi penting dalam perumusan kebijakan pengembangan kawasan ziarah yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis kearifan lokal.

### **UMKM Berbasis Kawasan Wisata**

UMKM yang beroperasi di kawasan wisata memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan UMKM di kawasan nonwisata. Perbedaan ini terutama terlihat pada jam operasional yang relatif lebih panjang, tingkat kunjungan konsumen yang tidak stabil, serta ketergantungan yang tinggi terhadap arus wisatawan atau peziarah. Di kawasan wisata religi, UMKM tidak hanya melayani kebutuhan masyarakat lokal, tetapi juga pengunjung dari berbagai daerah dengan latar belakang dan kebutuhan yang beragam. Kondisi tersebut membuat pelaku UMKM dituntut untuk memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam pengelolaan usaha, baik dari sisi operasional, pelayanan, maupun penyediaan produk agar mampu merespons dinamika permintaan pasar yang terus berubah.



Ketergantungan UMKM terhadap arus wisatawan menjadikan keberlangsungan usaha sangat dipengaruhi oleh fluktuasi jumlah pengunjung. Menurut teori ekonomi pariwisata yang dikemukakan oleh Hall (2015), aktivitas ekonomi di kawasan wisata sangat sensitif terhadap faktor temporal dan musiman. Kunjungan wisatawan umumnya mengalami peningkatan pada waktu-waktu tertentu seperti akhir pekan, musim liburan, serta hari besar keagamaan. Pola ini menyebabkan pendapatan UMKM cenderung tidak merata sepanjang waktu, sehingga diperlukan strategi manajemen yang mampu mengantisipasi periode ramai maupun sepi pengunjung.

Selanjutnya, UNWTO (2018) dalam teorinya mengenai pariwisata berkelanjutan menyatakan bahwa kawasan wisata yang berbasis religi memiliki pola kunjungan yang unik karena dipengaruhi oleh kalender keagamaan dan tradisi sosial masyarakat. Pada waktu-waktu seperti malam Jumat, peringatan hari besar Islam, dan hari libur nasional, jumlah peziarah biasanya meningkat secara signifikan. Peningkatan ini berdampak langsung pada volume transaksi UMKM, sekaligus menuntut kesiapan pelaku usaha dalam hal stok barang, tenaga kerja, serta kualitas pelayanan agar dapat memenuhi ekspektasi pengunjung.

Dari perspektif manajemen strategis, Teece (2016) melalui teori *dynamic capabilities* menekankan pentingnya kemampuan adaptasi dan rekonfigurasi sumber daya dalam menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis. UMKM di kawasan wisata religi harus mampu menyesuaikan jam operasional, sistem kerja, dan pola pelayanan sesuai dengan perubahan jumlah pengunjung. Kemampuan beradaptasi ini menjadi faktor kunci dalam menjaga daya saing dan keberlanjutan usaha, terutama ketika terjadi lonjakan atau penurunan jumlah wisatawan secara tiba-tiba.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa toko kitab di kawasan wisata religi Sunan Ampel telah menerapkan strategi operasional yang selaras dengan dinamika tersebut. Penyesuaian dilakukan dengan menerapkan sistem kerja shift bagi karyawan serta memperpanjang jam operasional hingga 24 jam pada waktu-waktu tertentu. Strategi ini sejalan dengan teori orientasi pasar dari Kotler & Keller (2016) yang menekankan pentingnya memahami perilaku konsumen dan menyesuaikan layanan dengan kebutuhan pasar. Dengan jam operasional yang lebih fleksibel, toko kitab mampu mengoptimalkan peluang penjualan dan memberikan pelayanan maksimal kepada peziarah.

Selain itu, pendekatan klaster UMKM di kawasan wisata sebagaimana dijelaskan oleh OECD (2019) menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan kolektif dalam merespons arus wisatawan. UMKM yang mampu beradaptasi dengan pola kunjungan, memperkuat jaringan kerja, serta meningkatkan kualitas layanan cenderung lebih berkelanjutan. Dalam konteks kawasan wisata religi Sunan Ampel, strategi operasional yang adaptif tidak hanya meningkatkan pendapatan UMKM, tetapi juga mendukung citra kawasan wisata



sebagai destinasi yang ramah dan siap melayani kebutuhan peziarah sepanjang waktu.

### **Motivasi Kewirausahaan**

Motivasi untuk membuka usaha sering kali muncul dari kombinasi pengalaman kerja, pengamatan langsung terhadap dinamika pasar, serta adanya peluang ekonomi yang dirasakan secara nyata. Individu yang terlibat langsung dalam suatu bidang usaha dalam jangka waktu tertentu akan memperoleh pemahaman mendalam mengenai kebutuhan konsumen, pola permintaan, hingga strategi operasional yang efektif. Hal ini sejalan dengan pernyataan responden yang mengungkapkan keinginannya untuk membuka toko kitab sendiri setelah tujuh tahun bekerja di bidang terkait. Pengalaman kerja tersebut tidak hanya membentuk keterampilan teknis, tetapi juga membangun kepercayaan diri dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha.

Dalam perspektif teori kewirausahaan, fenomena ini dapat dijelaskan melalui *Entrepreneurial Learning Theory* yang dikemukakan oleh Rae (2017), yang menyatakan bahwa proses pembelajaran kewirausahaan bersifat kumulatif dan berbasis pengalaman. Pengalaman kerja memungkinkan individu membangun pengetahuan kontekstual serta refleksi kritis terhadap praktik bisnis yang dijalani. Selain itu, *Social Capital Theory* yang diperbarui oleh Stam, Arzlanian, dan Elfring (2014) menekankan bahwa hubungan sosial, jaringan profesional, dan kepercayaan yang terbentuk selama bekerja merupakan modal penting dalam mendukung lahirnya wirausaha baru. Dalam konteks responden, pengalaman tujuh tahun bekerja berpotensi memperluas jaringan pemasok, pelanggan, dan mitra usaha yang relevan.

Selanjutnya, motivasi responden juga dapat dipahami melalui *Opportunity-Based Entrepreneurship Theory* yang dikembangkan oleh Foss dan Klein (2015), yang menjelaskan bahwa kewirausahaan muncul ketika individu mampu mengenali dan mengeksploitasi peluang ekonomi berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya. Pengamatan langsung terhadap pasar kitab selama bertahun-tahun memungkinkan responden mengidentifikasi celah pasar dan potensi usaha yang layak dikembangkan. Dengan demikian, pengalaman kerja berperan sebagai modal sosial dan pengetahuan pasar yang krusial dalam proses pembentukan wirausaha baru, sekaligus menjadi faktor pendorong utama dalam pengambilan keputusan untuk membuka usaha secara mandiri.

### **Kerangka Kontekstual Penelitian**

Penelitian ini berada dalam konteks UMKM penjual kitab yang beroperasi di kawasan wisata religi Sunan Ampel, sebuah lokasi yang tidak hanya menjadi pusat ibadah tetapi juga aktivitas ekonomi bagi masyarakat lokal. Kawasan ini menarik ribuan peziarah yang datang dengan motivasi religius maupun kultural, sehingga menciptakan suatu fenomena interaksi antara praktik keagamaan dan kegiatan



ekonomi UMKM di sekitarnya. Interaksi tersebut bukan hanya menghasilkan transaksi ekonomi, tetapi juga membentuk pola kerja spesifik di antara pelaku usaha yang menyesuaikan diri dengan dinamika arus peziarah. Dalam kerangka ini, Tourism 4.0 dijadikan landasan teoretis untuk memahami bagaimana integrasi teknologi, inovasi dan data dalam strategi bisnis wisata dapat mendorong adaptasi UMKM terhadap perubahan karakteristik kunjungan peziarah, terutama dari aspek layanan dan pengalaman pelanggan (mis. Goriup & Ratkajec, 2021).

Fokus penelitian ini juga terletak pada bagaimana pola kerja dan motivasi pelaku usaha terbentuk melalui hubungan sosial dan ekonomi dengan arus pengunjung. Di sini konsep resiliensi UMKM menjadi penting untuk menjelaskan mekanisme adaptasi pelaku usaha dalam menghadapi tantangan operasional, permintaan yang fluktuatif, serta pemulihan dari gangguan seperti pandemi atau musim kunjungan yang tidak menentu. Teori resiliensi UMKM memperluas kajian ekonomi mikro dengan menekankan kemampuan pelaku usaha kecil dalam menghadapi tekanan luar, merancang strategi coping, dan mempertahankan fungsi usaha mereka di tengah perubahan lingkungan bisnis (mis. Apetri & Chelba, 2025).

Selain itu, motivasi pelaku usaha dalam konteks pariwisata religi dapat dianalisis melalui Community-Based Tourism Marketing Theory, yang menekankan peran serta komunitas lokal dalam penciptaan dan pemasaran destinasi wisata serta bagaimana keterlibatan ini menghasilkan nilai ekonomi dan sosial yang lebih inklusif. Teori ini melihat pelaku UMKM bukan sebagai pengikut pasif arus peziarah, tetapi sebagai agen aktif yang membangun hubungan dengan pengunjung, mempromosikan produk lokal, dan menciptakan pengalaman unik yang menguatkan identitas komunitas (mis. Forero, Llano, & Nieto, 2025). Kerangka ini menunjukkan hubungan kompleks antara praktik keagamaan (ziarah), perilaku pengunjung, dan bentuk adaptasi UMKM dalam menjaga keberlanjutan usaha, sehingga memberikan landasan teoretis yang kuat untuk penelitian empiris pada konteks kawasan wisata religi Sunan Ampel.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena fokus utamanya adalah menggali pengalaman, pola aktivitas, serta kondisi operasional UMKM penjual kitab di kawasan wisata religi Sunan Ampel. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan informan utama, yaitu pekerja toko kitab bernama Sri Ambar yang telah bekerja selama tujuh tahun. Informan dipilih dengan teknik purposive sampling karena memiliki pengalaman yang relevan untuk memberikan gambaran nyata mengenai dinamika usaha di kawasan tersebut. Proses pengambilan data dilakukan melalui wawancara tatap muka menggunakan panduan pertanyaan semi-terstruktur agar peneliti memperoleh jawaban yang fleksibel namun tetap terarah. Analisis data menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sehingga informasi dari wawancara dapat dirumuskan menjadi temuan yang sistematis dan mudah dipahami.

## HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini diperoleh melalui rangkaian langkah sistematis yang dimulai dari observasi langsung di kawasan wisata religi Sunan Ampel, dilanjutkan dengan proses wawancara mendalam bersama Mbak Sri Ambar selaku pekerja UMKM penjual kitab. Langkah awal dilakukan dengan mengidentifikasi karakteristik usaha, seperti status kepemilikan toko, lama beroperasi, serta pola kunjungan wisatawan. Setelah itu, peneliti menggali pengalaman responden untuk memahami alur kerja, sistem shift, serta motivasi personal dalam menjalani profesinya.



**Gambar.** Proses Wawancara dengan Penjual Kitab di Sunan Ampel

Data disusun dan dianalisis melalui proses reduksi dan kategorisasi untuk menemukan pola yang konsisten. Hasilnya menunjukkan bahwa UMKM kitab di kawasan Ampel beroperasi dengan intensitas tinggi, beberapa bahkan 24 jam, karena menyesuaikan arus peziarah yang meningkat pada akhir pekan, hari libur, dan tanggal merah. Sistem shift dua kali sehari diterapkan untuk menjaga keberlangsungan pelayanan. Selain itu, wawancara mengungkap bahwa sebagian pekerja memiliki aspirasi untuk membuka usaha mandiri setelah memperoleh pengalaman bertahun-tahun, termasuk responden yang telah bekerja selama tujuh tahun.

Tabel berikut merangkum intensitas keramaian berdasarkan kategori hari:

**Table. Pola Kunjungan Wisatawan di Kawasan Sunan Ampel**

Kategori hari	Tingkat keramaian
Hari biasa selain Jumat	Low
Malam Jumat	Medium
Sabtu, Minggu, dan tanggal merah	High



Temuan ini memperlihatkan bahwa aktivitas ekonomi UMKM di Ampel sangat dipengaruhi ritme religius masyarakat. Tidak ada rumus statistik yang digunakan karena penelitian ini bersifat kualitatif, namun pola hubungan antar kategori ditelaah menggunakan analisis tematik.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa UMKM penjual kitab memainkan peran signifikan dalam menjaga keberlangsungan ekonomi religius di Ampel. Selain menjadi sumber pendapatan, UMKM ini juga berfungsi sebagai tempat pembelajaran praktik bisnis bagi pekerja yang kelak berpotensi menjadi pelaku usaha mandiri.

## **PEMBAHASAN**

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM penjual kitab di kawasan wisata religi Sunan Ampel tidak dapat dipahami semata-mata sebagai unit ekonomi yang berorientasi pada keuntungan, melainkan sebagai bagian integral dari ekosistem ekonomi religius yang terbentuk oleh arus peziarah. Keberadaan UMKM ini melekat erat dengan aktivitas keagamaan masyarakat, sehingga perannya melampaui fungsi jual beli biasa. Aktivitas ekonomi yang berlangsung di kawasan tersebut bersifat kontekstual, dipengaruhi oleh nilai spiritual, tradisi keagamaan, serta intensitas kunjungan peziarah yang datang untuk beribadah maupun berwisata religi. Dengan demikian, UMKM kitab menjadi simpul penting yang menghubungkan dimensi ekonomi dan religius secara bersamaan.

Hasil wawancara dengan salah satu informan, Mbak Sri Ambar, mengungkapkan bahwa keberlanjutan usaha di kawasan Sunan Ampel sangat dipengaruhi oleh kombinasi faktor struktural dan sosial. Kepemilikan toko memberikan rasa aman dan stabilitas usaha, sementara pengalaman kerja yang cukup panjang dalam hal ini tujuh tahun menjadi modal penting dalam memahami dinamika pasar. Selain itu, pola kunjungan wisatawan yang cenderung meningkat pada akhir pekan, malam Jumat, serta hari-hari besar nasional turut menentukan tingkat pendapatan UMKM. Kondisi ini memperlihatkan bahwa ritme sosial-keagamaan masyarakat memiliki implikasi langsung terhadap aktivitas ekonomi lokal.

Pola kunjungan peziarah yang bersifat periodik menciptakan siklus ekonomi yang khas di kawasan religius. Aktivitas ekonomi tidak berjalan secara linear seperti di pusat perdagangan konvensional, tetapi mengikuti kalender keagamaan dan kebiasaan sosial masyarakat. Hal ini memperkuat pandangan bahwa ekonomi di kawasan religi sangat bergantung pada momentum spiritual. Dalam konteks ini, UMKM harus mampu membaca dan menyesuaikan diri dengan pola tersebut agar tetap bertahan dan berkembang. Adaptasi terhadap ritme sosial-keagamaan menjadi strategi kunci bagi keberlanjutan usaha.

Dari sisi operasional, UMKM penjual kitab di Sunan Ampel menunjukkan karakteristik yang berbeda dibandingkan UMKM pada umumnya. Beberapa toko beroperasi selama 24 jam penuh, sementara yang lain menerapkan sistem kerja shift



dengan durasi hingga 12 jam. Fleksibilitas jam operasional ini mencerminkan respons langsung terhadap perilaku konsumen, khususnya peziarah yang sering melakukan aktivitas ibadah pada malam hari. Keberadaan peziarah pada waktu-waktu tersebut tetap menjadi sumber pendapatan yang signifikan, sehingga menuntut pelaku usaha untuk menyesuaikan pola kerja dan manajemen tenaga kerja.

Dalam perspektif ekonomi mikro, fleksibilitas jam operasional menunjukkan adanya adaptasi rasional UMKM terhadap permintaan pasar. Pelaku usaha secara sadar menyesuaikan sumber daya yang dimiliki baik tenaga kerja maupun waktu operasional untuk memaksimalkan peluang pendapatan. Fenomena ini sejalan dengan teori adaptive micro-entrepreneurship yang dikemukakan oleh Welter dan Gartner (2016), yang menekankan bahwa UMKM berkembang melalui kemampuan adaptasi terhadap konteks sosial dan lingkungan tempat usaha tersebut berada.

Dari sudut pandang sumber daya manusia, pengalaman kerja yang dimiliki informan menggambarkan bahwa UMKM di kawasan Sunan Ampel juga berfungsi sebagai ruang pembelajaran kewirausahaan. Proses belajar tidak berlangsung melalui pendidikan formal, melainkan melalui pengalaman langsung dalam mengelola usaha, menghadapi konsumen, serta memahami dinamika pasar religius. Keinginan informan untuk membuka usaha sendiri di masa depan menjadi indikasi bahwa lingkungan kerja UMKM mampu membangun kepercayaan diri dan kompetensi manajerial. Hal ini selaras dengan konsep *learning by doing* yang diperkuat dalam konteks UMKM modern oleh Minniti dan Bygrave (2017).

Kontribusi UMKM penjual kitab terhadap ekonomi lokal juga terlihat dari kemampuannya dalam menyediakan kebutuhan spiritual peziarah. Produk seperti kitab keagamaan, Al-Qur'an, dan perlengkapan ibadah menjadi komoditas utama yang memiliki nilai simbolik dan religius tinggi. Aktivitas ini menciptakan hubungan timbal balik antara motivasi religius pengunjung dan keberlanjutan usaha lokal. Semakin tinggi intensitas kunjungan peziarah, semakin besar pula peluang ekonomi bagi UMKM, sehingga tercipta siklus saling menguatkan antara agama dan ekonomi.

Dalam perspektif yang lebih luas, fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori *religious economy* yang diperbarui oleh Iannaccone (2019), yang menyatakan bahwa praktik keagamaan dapat menciptakan pasar tersendiri dengan logika ekonomi yang khas. Nilai spiritual tidak meniadakan transaksi ekonomi, tetapi justru memberikan makna tambahan pada proses jual beli. Di kawasan Sunan Ampel, transaksi ekonomi tidak hanya didorong oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh dorongan religius dan simbolik, sehingga memperkuat loyalitas konsumen.

Keberadaan UMKM kitab juga berperan dalam menjaga identitas budaya religius kawasan Sunan Ampel. Toko-toko kitab tidak hanya menjadi tempat transaksi, tetapi juga bagian dari lanskap sosial dan budaya yang membentuk pengalaman peziarah. Dengan mempertahankan jenis produk, pola pelayanan, serta jam operasional yang sesuai dengan tradisi keagamaan, UMKM turut melestarikan karakter khas kawasan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran strategis dalam menjaga kesinambungan antara ekonomi lokal dan budaya religius.



Dengan demikian, pembahasan ini menegaskan bahwa UMKM penjual kitab di kawasan wisata religi Sunan Ampel merupakan pilar penting dalam perputaran ekonomi berbasis budaya dan agama. Keberlanjutan usaha didukung oleh kemampuan adaptasi terhadap ritme sosial-keagamaan, pengalaman kerja sebagai modal pembelajaran, serta kontinuitas kunjungan peziarah. Temuan penelitian ini memperkuat posisi UMKM sebagai aktor ekonomi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berkontribusi dalam menjaga nilai spiritual dan identitas budaya kawasan religius.

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM penjual kitab di kawasan wisata religi Sunan Ampel memainkan peran penting dalam menjaga keberlangsungan ekonomi religius masyarakat setempat. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pekerja, usaha ini tidak hanya memberikan nilai ekonomi melalui jam operasional yang fleksibel dan tingginya intensitas kunjungan pada akhir pekan dan hari libur, tetapi juga menjadi ruang pembelajaran kewirausahaan bagi pekerja yang memiliki keinginan untuk mandiri secara ekonomi. Pola kerja, kepemilikan toko, dan dinamika pengunjung membentuk ekosistem usaha yang stabil dan berkelanjutan bagi masyarakat sekitar.

Berdasarkan temuan tersebut, UMKM penjual kitab di Ampel disarankan untuk memperkuat strategi layanan, terutama pada waktu-waktu padat pengunjung, guna meningkatkan kualitas pengalaman pembeli. Selain itu, pelatihan manajemen usaha bagi pekerja seperti Mbak Sri Ambar dapat menjadi langkah strategis untuk mendukung lahirnya wirausaha baru dari lingkungan lokal sehingga keberlanjutan ekonomi kawasan religius ini dapat terus terjaga. Pemerintah daerah dan pengelola kawasan wisata juga dapat memberikan pendampingan untuk meningkatkan daya saing UMKM kitab, baik dari segi pemasaran maupun pengelolaan operasional.

### **PENELITIAN LANJUTAN**

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mengandalkan satu informan dan bersifat kualitatif deskriptif, sehingga temuan yang diperoleh belum mampu menggambarkan kondisi seluruh UMKM penjual kitab di kawasan Sunan Ampel secara menyeluruh. Selain itu, waktu pengambilan data yang singkat dan tidak disertai observasi mendalam menyebabkan beberapa aspek manajerial dan dinamika ekonomi harian toko tidak dapat diungkap secara komprehensif. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar peneliti memperluas jumlah informan dari berbagai tipe UMKM seperti penjual kitab dengan sistem sewa maupun pemilik toko sendiri. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode campuran agar hasilnya lebih kuat, misalnya dengan menambahkan survei pengunjung, analisis jam kunjungan, atau perbandingan pendapatan pada hari biasa dan hari



libur. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai peran ekonomi religius di kawasan Sunan Ampel.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Peneliti menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih secara khusus ditujukan kepada informan utama, yaitu Mbak Sri Ambar selaku pekerja di toko kitab kawasan wisata religi Sunan Ampel, yang telah meluangkan waktu, memberikan jawaban yang jujur, serta berbagi pengalaman selama wawancara berlangsung. Penghargaan juga disampaikan kepada pemilik usaha, Mbak Ema beserta keluarganya, yang telah memberikan izin untuk melakukan proses pengumpulan data. Peneliti juga berterima kasih kepada dosen pengampu mata kuliah Ujian Tengah Semester Universitas PGRI Kanjuruhan Malang yang telah memberikan arahan metodologis, masukan konstruktif, serta fasilitas akademik yang memungkinkan penelitian ini terselesaikan dengan baik. Apresiasi turut diberikan kepada rekan-rekan mahasiswa yang telah membantu dalam proses diskusi, validasi data, dan penyempurnaan naskah penelitian ini. Semoga segala bantuan yang diberikan menjadi bagian penting dari pengembangan pengetahuan dan penelitian di bidang UMKM berbasis religi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Apetri, A. N., & Chelba, A. A. (2025). Theoretical insights on SME resilience. *Cogent Business & Management*.
- Dodd, S. D., & Gotsis, G. (2018). The interrelationships between entrepreneurship and religion. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 1-14. <https://doi.org/10.1108/IJEER-03-2017-0088>
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya. (2022). Profil destinasi wisata religi Sunan Ampel. Surabaya: Pemerintah Kota Surabaya.
- Forero, J., Llano, G., & Nieto, M. (2025). Community-based tourism marketing theory and local empowerment. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 14(1), 157-188.
- Foss, N. J., & Klein, P. G. (2015). Entrepreneurial opportunities and the theory of the firm. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(3), 207-226. <https://doi.org/10.1002/sej.1199>
- Goriup, P. D., & Ratkajec, H. (2021). Tourism 4.0: Data-driven models for sustainable tourism development. *Economic Innovations*.
- Hirschman, E. C., & Belk, R. W. (2016). Spirituality and consumption. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 13(2), 99-116. <https://doi.org/10.1080/14766086.2016.1145478>



- Iannaccone, L. R. (2015). Religious markets and the economics of religion. *Review of Social Economy*, 73(4), 453–471.  
<https://doi.org/10.1080/00346764.2015.1108919>
- Iannaccone, L. R. (2019). Religious markets and the economics of religion. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 58(2), 235–249.  
<https://doi.org/10.1111/jssr.12589>
- Minniti, M., & Bygrave, W. (2017). Growing entrepreneurial learning: Learning by doing and learning from others. *Small Business Economics*, 48(2), 399–412.  
<https://doi.org/10.1007/s11187-016-9787-5>
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2018). *Pengantar ilmu pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rae, D. (2017). Entrepreneurial learning: Peripherality and connectedness. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(3), 486–503.  
<https://doi.org/10.1108/IJEER-02-2016-0068>
- Richards, G. (2019). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21.  
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Stam, W., Arzlanian, S., & Elfring, T. (2014). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 152–173. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.01.002>
- Tambunan, T. (2020). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Timothy, D. J., & Nyaupane, G. P. (2020). *Cultural heritage and tourism in the developing world: A regional perspective*. Routledge.
- Olsen, D. H. (2017). *Pilgrimage, tourism, and religious landscapes*. Routledge.
- Welter, F., & Gartner, W. B. (2016). *A research agenda for entrepreneurship and context*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2017). *Second global report on gastronomy tourism*. Madrid: UNWTO.