

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### 1. Wisata Religi Menara Kudus

Wisata Religi Menara ialah warisan salah satu Wali Songo, Sunan Kudus dalam menyebarkan benih dan syiar Islam di wilayah Jawa Tengah. Wisata Religi Menara Kudus yang berkelanjutan ini menjadi destinasi wisata terbaik di Kota Kudus dan menjadi salah satu destinasi wisata religi di Jawa Tengah.

##### 2. Lokasi Wisata Religi Menara kudus

Wisata Religi Menara Kudus yang juga dikenal dengan Masjid Al-Aqsha terletak di kawasan Kauman, Kabupaten kota Kudus. Kota Kudus ialah salah satu kabupaten yang terletak di Jawa Tengah, kota ini terletak di pesisir utara antara Jawa Tengah dan Jawa Timur dan berjarak 51 Kilometer dari Kota Semarang.

##### 3. Sejarah Wisata Religi Menara Kudus

Masjid Menara Kudus dibangun pada masa Sunan Kudus ketika menyebarkan syiar dan nilai-nilai ajaran Islam di daerah Kudus, dibangun pada tahun 1549 M atau 956 Hijriah, dengan menggunakan batu Baitul Maqdis dari Palestina sebagai pondasi batu pertama. Masjid ini memiliki 5 pintu di kanan, dan 5 pintu di kiri, didukung oleh 4 jendela dan 8 tiang besar di dalam masjid yang semuanya terbuat dari kayu jati tua yang kokoh.

Di dalam menara terdapat tangga yang terbuat dari kayu jati yang kemungkinan dibuat pada tahun 1895 Masehi. Bangunan dan dekorasinya dengan jelas menunjukkan hubungan dengan seni Hindu Jawa karena bangunan Menara Kudus terdiri dari 3 bagian: (1) kaki, (2) badan, dan (3) bagian atas bangunan. Menara ini juga dihiasi dengan antefix (dekorasi yang menyerupai bukit-bukit kecil). Kaki dan badan menara dibangun dan diukir dengan tradisi Jawa-Hindu, termasuk motifnya. Ciri lainnya terlihat pada penggunaan material bata yang dipasang tanpa perekat semen. Teknik konstruksi tradisional Jawa juga dapat dilihat pada bagian kepala menara berupa bangunan yang terbuat dari kayu jati

dengan empat batang saka guru yang menopang dua atap tajug.<sup>1</sup>

#### 4. Tradisi kearifan lokal objek wisata religi Menara Kudus

Sunan Kudus adalah imam kelima atau yang terakhir dari masjid kerajaan demak. Sunan Kudus juga tercatat sebagai Senopati atau Panglima Perang saat Kerajaan Demak berperang melawan Majapahit pada 1527 Tahun Umum. Setelah menyelesaikan tugas militernya, pada 1543 TU Sunan Kudus memutuskan untuk meninggalkan Kerajaan Demak menuju tajug, sebuah wilayah kecil yang kemudian bernama Kudus. Langkah tersebut sengaja dilakukan Sunan Kudus dengan tujuan utama membaktikan seluruh hidupnya untuk menyebarkan syiar agama Islam.

Untuk mengenang perjuangan dan teladan Sunan Kudus dalam menyebarkan agama Islam, masyarakat Kudus menggelar tradisi Buka Luwur, yang puncaknya diselenggarakan setiap 10 Muharram. Para kasepuhan, dan ulama' di Kudus sepakat menamai tradisi tersebut dengan Buka Luwur, dan bukan khaul. Tidak digunakannya nama khaul, karena dikhawatirkan akan muncul salah pemahaman di masyarakat bahwa Sunan Kudus wafat pada Tanggal 10 Muharram. Sementara, hingga saat ini belum ditemukan sumber sejarah yang menerangkan kapan persisnya Kangjeng Sunan Kudus wafat.

Buka Luwur adalah upacara penggantian luwur atau kain mori yang digunakan membungkus nisan dan cungkup, serta bangunan di sekitar makam Sunan Kudus. Penyelenggaraan Buka Luwur dirangkai dengan berbagai ritus dan kegiatan. Yaitu Jamas Pusaka, Pengajian Malam Tahun Baru Hijriyyah, Pelepasan Luwur, Munadharah Masail Diniyyah, Do'a Rasul dan Terbang, Khotmil Qur'an bil Ghaib, Pembuatan dan Pembagian Bubur Asyura, Santunan Anak Yatim, Pengajian Malam 10 Muharram, Pembagian Brekat, serta Upacara Buka Luwur.<sup>2</sup>

Kiai Cinthaka adalah keris milik Kangjeng Sunan Kudus. Tangguh (model/jaman) keris ini diperkirakan berasal dari jaman Majapahit akhir. Sedangkan bentuk atau type bilah

---

<sup>1</sup> "Profil Wisata Religi Menara Kudus" Kanala Wisata daring, 12 Oktober, 2021, <https://kanalwisata.com/wisata-religi-masjid-menara-kudus>.

<sup>2</sup> "Profil Wisata Religi Menara Kudus" Kanala Wisata daring, 12 Oktober, 2021, <https://kanalwisata.com/wisata-religi-masjid-menara-kudus>.

kerisnya adalah “Dapur Penimbal” yang memiliki makna kebijaksanaan dan Kekuasaan.

Jamas berasal dari bahasa Jawa yang berarti mencuci (pusaka). Penjamasan dilakukan untuk merawat dan menjaga keris agar bebas dari karat, serta untuk lebih menampakkan pamor keris supaya lebih bersinar dan terjaga dari kerusakan.

Malam tahun baru 1 Muharram dilaksanakan pengajian umum sebagai rangkaian kegiatan Buka Luwur Kangjeng Sunan Kudus. Pelaksanaan pengajian malam tahun baru 1 Muharram dilaksanakan untuk senantiasa mengingatkan terus meningkatkan rasa syukur kepada Allah SWT.

Pelepasan luwur makam Kangjeng Sunan Kudus mulai dilepas pada 1 Muharram pagi. Prosesi acara pelepasan luwur atau kain mori yang dipergunakan untuk menutup kedua nisan, atap atau langitan dan tembok sekeliling makam Kangjeng Sunan Kudus, dimulai dengan tahlil bersama di makam Sunan Kudus.

Usai Tahlil dan doa dilanjutkan dengan ramah tamah di Pendapa Tajug dan kemudian dilakukan prosesi pelepasan kain luwur oleh panitia dan perewang seksi luwur. Sekitar 35 orang perewang seksi luwur terlibat dalam prosesi pelepasan luwur ini. Luwur yang telah dilepas kemudian dibawa ke Pendapa Tajug dan disimpan. Pada puncak acara Buka Luwur Makam Sunan Kudus, kain-kain Luwur ini akan dibagikan kepada para kiai, ulama, tokoh masyarakat, panitia dan masyarakat umum yang berpartisipasi dalam pelaksanaan Upacara Buka Luwur Kangjeng Sunan Kudus.<sup>3</sup>

Luwur-luwur ini akan digantikan dengan luwur baru yang puncaknya akan dipasang pada 10 Muharram mendatang. Luwur-luwur yang digunakan untuk menutupi makam Sunan Kudus dibuat dalam beberapa bentuk, yaitu unthuk banyu, melati, kompol, wiru, dan langitan. Jumlah kain yang di butuhkan untuk Luwur sebanyak 1.511 meter kain mori dan 77 meter kain korden atau kelambu. Kain korden tersebut digunakan untuk membuat penutup makam di bagian luar sepanjang 38 meter, 18 meter, dan hiasan tepi 21 meter.

---

<sup>3</sup> “Profil Wisata Religi Menara Kudus” Kanal Wisata daring, 12 Oktober, 2021, <https://kanalwisata.com/wisata-religi-masjid-menara-kudus>.

Bagian yang tak terlewatkan dari acara buka luwur Kangjeng Sunan Kudus adalah Munadharah Masail Diniyyah. Yakni mengumpulkan para kyai yang ahli di bidang fiqih untuk menjawab problem kekinian yang terjadi di masyarakat.

Terbangan merupakan kesenian musik tradisional islami Khas Kudus. Hingga kini masih lestari dimainkan masyarakat, salah satunya pada rangkaian Buka Luwur Kangjeng Sunan Kudus. Komposisi alat Terbangan menggunakan empat alat terbang atau rebana dan satu jidur. Empat rebana tersebut terdiri dari kemplong, telon, salahan, dan lanjer. Posisi duduk penabuh Terbang Papat menggunakan pola baku, dimana penabuh kemplong duduk di deretan paling kanan dari arah penonton, kemudian berurutan seterusnya, dan yang paling kiri adalah penabuh terbang lajer.

Rebana yang digunakan untuk Terbangan, biasanya berukuran diametir antara 38 – 42cm. Dari keempat terbang tersebut, Terbang Kemplong dan Telon memainkan peran penting sebagai pengendali irama, sedangkan salahan dan lajer lebih berfungsi sebagai pemanis nada atau variasi suara.

Sedangkan cara penabuhan biasanya menggunakan dua pola ketukan, yaitu ketukan enam dan empat, dengan tabuhan jidur di sela setiap ketukan, semisal untuk pola ketukan enam, jidur ditabuh pada setiap ketukan satu setengah, sehingga dalam pola ketukan enam ini, jidur di tabuh sebanyak 4 kali.

Sebelum acara puncak buka luwur Kangjeng Sunan Kudus kegiatan do'a rasul tak pernah ditinggalkan. Pada prosesi Do'a Rasul ini, ingkung dan bubur abang putih selalu ada dalam penyajian menu. Bubur abang putih disajikan dengan teknik sama rata, separuh berwarna merah dan separuh lagi berwarna putih. Bubur Abang Putih disimbolkan bermakna keselamatan. Artinya do'a rasul ini sebagai wasilah kepada Kanjeng Nabi untuk keselamatan dan kelancaran dalam rangkaian acara puncak buka Luwur. Melalui do'a rasul ini diharapkan acara puncak Buka Luwur yang dimulai dengan penyembelihan dan menanak nasi ini dapat berjalan dengan lancar dan tanpa terkendala.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> “Sejarah Buka Luwur Menara Kudus” Menara Kudus daring, 12 Oktober, 2021, <https://menara-kudus.com/buka-luwur>.

Agenda khatmil Qur'an dalam Buka Luwur Kangjeng Sunan Kudus tahun ini dilaksanakan dengan mengkhatamkan al-Qur'an sebanyak 9 kali khataman. Berlokasi di dalam Masjid al-Aqsha Menara Kudus, khataman tersebut diikuti oleh 18 orang hafidzul Qur'an dari Kudus. Setiap satu orang hafidz Qur'an melantunkan ayat-ayat al-Qur'an bil ghaib sebanyak 15 juz dengan didampingi satu orang penyimak. Dimulai pukul 05.00 WIB acara tersebut berakhir sekitar pukul 11.00 WIB.<sup>5</sup>

Bentuk kasih sayang terhadap sesama salah satunya melalui santunan. Bertepatan dengan suronan kali ini, panitia Buka Luwur Kangjeng Sunan Kudus juga melaksanakan acara Santunan Anak Yatim. Banyak hal unik dan khas dalam prosesi Buka Luwur Kangjeng Sunan Kudus. Salah satunya mengenai bubur Asyura yang dimasak oleh tim dapur ibu-ibu. Sebanyak 25 panitia dan perewang ibu-ibu memasak bubur Asyura sebanyak 6 kawah besar. Sekali masak bubur asyura sebanyak 3 kawah besar. Bubur ini kemudian dibagikan ke masyarakat sekitar.

Lima kawah besar akan dibagi kedalam sekitar 750 samir untuk dibagikan ke para kyai dan tokoh serta masyarakat umum di sekitar Menara. Satu kawah tersisi diperuntukkan untuk menu saat maulid Nabi Pembacaan Kitab al-Barzanji dengan dibagi sekitar 300 buah dengan wadah takir. Takir adalah daun pisang, dilipat sehingga berbentuk kotak, sebagai wadah bubur.” Makna takir sendiri diambil dari kata takwa dan zikir.” Dua hal tersebut adalah wadah amalan-amalan kita sebagai makhluk.

Bubur Asyura dipertahankan, konon karena merupakan bancaan (sedekah) Nabi Nuh ketika selamat dari banjir bandang pada tanggal 10 Muharram. Dalam bahasa Arab, tanggal sepuluh disebut Asyura atau hari ke sepuluh. Tradisi selamatan dengan bubur Asyura inipun hingga sekarang terus dilangsungkan dalam buka luwur. Biasanya, bubur Asyura ini dibuat dan dibagikan sehari sebelum puncak buka luwur tiba, yakni pada tanggal 9 Muharram.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> “Profil Wisata Religi Menara Kudus” Kanala Wisata daring, 12 Oktober, 2021, <https://kanalwisata.com/wisata-religi-masjid-menara-kudus>.

<sup>6</sup> “Sejarah Buka Luwur Menara Kudus” Menara Kudus daring, 12 Oktober, 2021, <https://menara-kudus.com/buka-luwur>.

## B. Hasil Data Peningkatan Ekonomi pada Pedagang berbasis Gusjigang

### 1. Macam Usaha-Usaha Pedagang Menara Kudus

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, terdapat berbagai macam usaha-usaha pedagang di Objek Wisata Religi Menara Kudus.

#### a. Pedagang Jenang Asli Kudus

Pedagang jenang kudus terhitung banyak dan menjadi kekuatan ciri khas tersendiri dari Kota Kudus. terdapat jenis atau bermacam jenang Kudus.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan seruni molina salah satu pedagang, di objek wisata religi menara Kudus terdapat banyak penjual Jenang. Dari rasanya terdapat berbagai jenis juga.<sup>7</sup>

Persaingan pedagang terbilang sangat ketat dan mempunyai kendala dalam berbisnis. kendala para pedagang jenang ialah daya tahan jenangnya sendiri tidak bertahan lama.

#### b. Pedagang Jasa Cetak Foto

Jasa cetak foto menjadi daya tarik tersendiri dalam usaha di Objek Wisata Religi Menara Kudus. jasa cetak foto memiliki ciri khas para pegawai atau fotografernya yang mengambil foto secara langsung dan memakai rompi khusus.

Menurut hasil wawancara dengan Sucitno, jasa cetak foto menggunakan cara jemput bola. Jemput bola yaitu para fotografer menghampiri para pengunjung dan menawarkan foto cetak langsung jadi.<sup>8</sup>

Jasa cetak foto mampu bertahan karena pengunjung objek wisata religi menara kudus memiliki daya tarik nasional. Sehingga setiap pengunjung dari luar kota pasti mengabadikan momen ketika berkunjung di Menara Kudus.

---

<sup>7</sup> Seruni Molina, wawancara oleh penulis dengan pedagang Menara Kudus. 23 Agustus, 2021, wawancara 1, transkrip.

<sup>8</sup> Sucitno, Waawancara penulis dengan pedagang Menara Kudus, 23 Agustus 2021, waawancara 3, transkrip.



c. Pedagang Perlengkapan Ibadah

Pedagang perlengkapan ibadah menjadi hal yang mudah dijumpai pada objek wisata religi menara kudus. karena para pengunjung didominasi orang islam dan kebanyakan santri juga. Setiap orang di kota kudus ketika membutuhkan peralatan ibadah, pasti datang ke Menara untuk membeli perlengkapan ibadah yang dibutuhkan.

Menurut hasil wawancara dengan mas yusrul, mas yusrul memulai usahanya sudah lama sejak orang tuanya kira-kira 10 tahun yang lalu. Tokonya menjual bermacam-macam perlengkapan ibadah. Mulai dari sarung, peci, sajadah, mukenah, baju koko, tasbih dan lain-lain. Harganya pun terjangkau, ada yang murah sampai bermerk yang mahal.<sup>9</sup>

Meski sudah berjualan lama, kendala masihlah dihadapi para pedagang perlengkapan ibadah.

d. Pedagang Pakaian

Pedagang pakaian memiliki terbelang cuma beberapa namun identiknya yaitu menjual pakaian muslim dan ada juga seragam sekolah.

Menurut hasil wawancara dengan Yuni Afifah, pedagang pakaian muslim memiliki kesan tersendiri karena di Menara Kudus memiliki kultur islami yang kuat. Namun tidak bisa dipungkiri persaingannya terbelang ketat karena sudah banyak produk busana muslim.<sup>10</sup>

Pedagang pakaian termasuk memiliki banyak peminat baik di kalangan santri maupun masyarakat umum.

e. Pedagang Rebana

Pedagang rebana termasuk pedagang minoritas dan jumlahnya tidak sampai sepuluh. Meski terbelang sedikit, namun untuk kekuatan pasarnya sangat kuat

---

<sup>9</sup> Yusrul Falaq, Wawancara penulis dengan pedagang Menara Kudus, 23 Agustus 2021, wawancara 2 transkrip.

<sup>10</sup> Yuni Afifah, Wawancara penulis dengan pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021, Wawancara 5, transkrip.

dikarenakan kudus memiliki grup rebana yang banyak dan untuk pembelinya juga dari luar kota

Menurut hasil wawancara dengan Syaifuddin Asrori, untuk penjualan rebana sendiri sudah sampai keluar kota dan pelanggan sudah banyak juga. Kualitas rebananya terbilang bagus dengan kulit yang kuat dan suaranya ketika dipukul sangat renyah.<sup>11</sup>

Kendala yang dihadapi para Pedagang ialah ketika para pengunjung Menara menurun.

#### 1. Kegiatan Pedagang Menara Kudus

Kegiatan ekonomi ekonomi para pedagang didukung dengan adanya wisata religi Menara Kudus. Setiap pelaksanaan ritual ini selalu dipadati pengunjung terutama berasal dari luar kota Kudus. Menurut Syaifuddin Asrori, ciri keislaman lainnya yang masih diasosiasikan dengan para pedagang Menara Kudus adalah tradisi dhandhangan menjelang bulan puasa atau Ramadhan. Tradisi ini merupakan semacam pasar malam yang diadakan di sekitar makam, sebagai tanda bahwa bulan suci Ramadhan akan segera masuk. Saat dhandhangan berlangsung kawasan sekitar masjid sangat ramai dengan pedagang kecil. Ritual ini berlangsung selama 1 bulan. Bagi warga Kudus, tradisi dhandhangan ini selalu ditunggu.<sup>12</sup>

Saat ini, tradisi ini telah berkembang ke arah unsur ekonomi. Jika dahulu tradisi dhandhangan bertujuan untuk mendapatkan informasi dan mendengarkan nasehat dari Imam Masjid, kini tradisi dhandhangan juga diikuti dengan maraknya para pedagang yang menjual barang-barang untuk masyarakat, sehingga unsur ekonomi lebih terasa. Padahal dahulu tradisi dhandangan merupakan bentuk sosialisasi penetapan awal bulan puasa. Kehadiran tradisi ini juga turut mengembangkan kehidupan ekonomi

---

<sup>11</sup> Syaifuddin Asrori, Wawancara penulis dengan pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021, Wawancara 6, transkrip

<sup>12</sup> Syaifuddin Asrori, Wawancara Penulis dengan Pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021, Wawancara 6, transkrip.



warga Kudus, khususnya yang tinggal di sekitar Menara Masjid Sunan Kudus.<sup>13</sup>

## 2. Implementasi kearifan lokal Gusjigang Pedagang Menara Kudus

Beberapa warga Kudus mengenal gusjigang, meski tidak ada yang tahu dari mana asal gusjigang ini, konon Sunan Kudus yang memperkenalkannya. Gusjigang adalah ajaran hidup yang dipegang Sunan Kudus dalam kehidupan dan masih diikuti oleh sebagian warga Kudus. Gusjigang adalah akronim dari kata 'gus-baik', 'ji-ngaji', 'gangdagang'. Jadi 'gusjigang' sebagai ruh seorang pedagang muslim yang harus 'baik' artinya berperilaku baik, bisa mengaji, dan pandai berdagang.

Penerapan Gusjigang masih sangatlah kental pada pedagang Menara Kudus. Setiap pedagangpun mempunyai caranya tersendiri untuk penerapan Gusjigang. Seperti yang sudah diketahui bersama, bahwa gusjigang sudah identik dan menjadi kearifan lokal masyarakat di Kota Kudus.

Menurut wawancara yang dilakukan peneliti dengan Yusrul Falaq salah satu pedagang di Obyek Wisata Religi Menara Kudus, perilaku ekonomi pedagang Kudus yang dimaksud disini adalah bagaimana para pedagang, pengusaha Kudus menjalankan usahanya, yang dilihat dari aspek produksi, distribusi dan konsumsi. Dalam menjalankan bisnis, bagaimana 'gusjigang' secara implisit menjadi acuan dalam kegiatan perdagangan.<sup>14</sup>

Dalam hal ini menyangkut perilaku pedagang/pengusaha dalam jual beli, mencari keuntungan, termasuk filosofi berdagang. Perilaku ekonomi para pedagang ini akan terlihat pada para pedagang. Aspek produksi yang dimaksud di sini meliputi proses pembuatan, peralatan, atau cara pedagang memperoleh barang dagangannya, cara kerja model; aspek distribusi dapat dilihat dalam upaya pemasarannya; aspek konsumsi dilihat dari pemanfaatan hasil usaha dagangnya, dapat menyangkut penggunaan

---

<sup>13</sup> Syaifuddin Asrori, Wawancara Penulis dengan Pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021, Wawancara 6, transkrip.

<sup>14</sup> Syaifuddin Asrori, Wawancara Penulis dengan Pedagang Menara Kudus. 26 Agustus 2021. Wawancara 6, transkrip.

untuk kelancaran usaha dagangnya atau yang tidak berkaitan dengan usaha dagangnya tetapi menunjang kehidupan pedagang. Semua ini akan terlihat dalam kerangka filosofi gusjigang.

Gusjigang dipersonifikasikan sebagai citra diri masyarakat Kudus yang berakhlak mulia, berakhlak mulia, dan pandai berdagang. Ketiga unsur ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa antara kehidupan beragama dan karya bertema, yang akan memberikan warna kehidupan yang 'baik' lahir dan batin. Arti 'ji-ngaji' dalam amalan adalah melaksanakan haji, rajin membaca Al-Qur'an, menghadiri pengajian seperti yang umumnya dilakukan oleh umat Islam, baik dalam bentuk membaca Al-Qur'an, berzakat, bersedekah, berdoa, rajin pergi ke rumah, masjid dan rajin mengikuti pengajian.

Yang dimaksud gangdagang dalam prakteknya adalah pengusaha/pedagang dalam mengambil keuntungan, terarah, tidak berlebihan, sesuai dengan yang diberikan atau tidak mengambil keuntungan, sesuai takaran. Dalam berurusan dengan pelanggan berdasarkan kejujuran, kepercayaan, disiplin. Dalam proses menghasilkan makna gusjigang, ditunjukkan nilai-nilai kejujuran dalam bertransaksi.<sup>15</sup>

Praktik dari gusjigang dalam aspek kejujuran ditunjukkan oleh Pedagang jenang Kudus. Pedagang Jenang menjelaskan bahwa jenang sendiri memiliki ketahanan satu minggu saja. Jadi, untuk para pembeli diharuskan mengkonsumsi jenang sebelum satu minggu.

Sedangkan dalam aspek amanah sendiri memiliki ppraktinya diterapkan oleh pedagang rebana. Rebana sendiri memiliki proses yang tidak singkat. Jadi, untuk para pembeli harus menunggu paling tidak 14 hari untuk pemesanan. Pedagang rebana mampu menjaga amanah dalam tepat waktunya pengambilan rebana. Jadi, para pembeli merasa puas atas pelayanan.

Dalam aspek mencari berkah, ditunjukkan ketika para pedagang memasuki waktu ibadah. Jadi, ketika

---

<sup>15</sup> Sucitno, Wawancara Penulois dengan pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021. Wawancara 3 transkrip.

waktu sholat atau sholat jum'at para pedagang meuntup dagangannya dan memilih fokus dalam beribadah. Disisi lain para pedagang mencari rejeki tidak lupa untuk beribadah agar rejekinya senantiasa berkah.<sup>16</sup>

### 3. Peningkatan Ekonomi Pedagang berbasis Gusjigang

Peningkatan ekonomi masyarakat ditandai dengan penerapan Gusjigang saat jumlah pengunjung Menara yang meningkat. Hal itu membuat para pedagang mampu memperoleh hasil yang melimpah. Untuk peningkatan ekonomi pedagang terpengaruh dengan kearifan lokal pada tradisi di Menara Kudus. Para pedagang mempunyai perpektif yang hampir sama terhadap penerapan Gusjigang.

Menurut hasil wawancara dengan informan Seruni Molina yang merasakan penerapan Gusjigang, Gusjigang sangat bagus ketika diterapkan di bisnis. Dengan gusjigang usaha saya semakin lancar dan berkembang. Informan Sucitno merasakan Gusjigang Bisa sekali. Yang penting itu konsisten dan ingat dengan Gusti Allah. Karena karakter pembeli rata-rata ialah muslim membuat Gusjigang yang diterapkan para pedagang sangat relevan dalam meningkatkan ekonomi.<sup>17</sup>

Meskipun kendala-kendala masih sering dialami oleh pedagang. Gusjigang justru menjadi solusi dari masalah-masalah tersebut. Sesuai yang dipaparkan oleh informan Sucitno, bagus akhlanya ketika berhadapan dengan pelanggan, ngajinya supaya kita punya dasar ketika bertingkah laku dan kalo pinter dagang adalah kita mampu menerapkan keahlian kita untuk mendapatkan rejeki.

Hasil wawancara dengan Yusrul falaq memberikan peningkatan ekonominya dengan penerapan Gusjigang mampu membeli motor baru dan membeli kios. Sedangkan dengan saudara sucitno sebelumnya belum mempunyai ruko sendiri atau menyewa ruko, sekarang mampu mempunyai ruko sendiri.

---

<sup>16</sup>Syaifuddin Asrori, Wawancara penulis dengan pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021, Wawancara 6, transkrip.

<sup>17</sup>Seruni Molina, wawancara oleh penulis dengan pedagang Menara Kudus. 23 Agustus, 2021, wawancara 1, transkrip.

Peningkatan ekonomi pedagang dapat didukung dengan adanya penerapan Gusjigang. Fakta tersebut sudah dibuktikan oleh beberapa pedagang Menara Kudus. meskipun ada sedikit yang belum tau, namun dengan berlangsungnya waktu pasti akan menjadi pedoman bagi para pedagang.

Dapat diperoleh hasil dari ketujuh informan memiliki kesepakatan bahwa gusjigang mampu menjadi solusi dalam peningkatan ekonomi masyarakat khususnya pedagang.

### C. Pembahasan dan Analisis data SWOT

#### 1. Deskripsi analisis SWOT

Analisis SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, and threats*) adalah identifikasi macam-macam faktor yang mempengaruhi untuk menentukan strategi pengembangan suatu usaha. Analisis ini berdasarkan pada logika dalam memkasimalkan kekuatan dan peluang, namun disisi lain dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.<sup>18</sup>

Analisis SWOT ketika diamati berdasarkan filosofinya, analisis SWOT adalah suatu penyempurnaan pemikiran dari bermacam kerangka kerja dan perencanaan strategi yang dapat diterapkan dalam suatu pertempuran perang ataupun persaingan bisnis. sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Sun Tzu, bahwa ketika kita mengenal kekuatan dan kelemahan lawan dapat dipastikan bahwa kita dapat memenangkan suatu pertempuran.<sup>19</sup>

Untuk menganalisa lebih dalam tentang analisis SWOT, maka perlu melihat dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi analisis SWOT. Yaitu faktor internal dan eksternal pada suatu perusahaan. faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities dan threats*. Dimana faktor ini terpengaruh dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan.<sup>20</sup> Sedangkan faktor

<sup>18</sup> Swardono, *Manajemen Strategik Konsep dan Kasus*, (Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), 5.

<sup>19</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Risiko, Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 64.

<sup>20</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Risiko, Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 270.

internal ini mempengaruhi terbentuknya strengths dan weaknesses. Dimana faktor ini bersangkutan dengan situasi dan kondisi yang dialami dalam suatu perusahaan, disisi lain ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan, meliputi keuangan, operasional, pemasaran, sumberdaya manusia dan lain-lain.<sup>21</sup>

Dalam mengidentifikasi bermacam-macam masalah atau kendala perusahaan, maka sangat diperlukan penelitian yang cermat sehingga mampu menemukan strategi yang sangat efektif dan akurat dalam menyelesaikan masalah yang timbul dalam perusahaan dan diperlukan pertimbangan yang diperlakukan dalam mengambil keputusan antara lain:

#### 1. Kekuatan

Kekuatan merupakan unsur yang dapat dipentingkan oleh perusahaan tersebut seperti keunggulan dalam hal produk yang dapat diadalkan, memiliki ketrampilan yang dapat diandalkan. sekaligus berbeda dengan produk lain yang mana dapat membuatnya lebih kuat daripada para pesaing perusahaan tersebut.

Menurut Pierce Robinson, kekuatan adalah ketrampilan, sumber daya, atau keunggulan-keunggulan lain relative terhadap para kompetitor dan kebutuhan pasar yang dilayani ataupun ingin dilayani oleh perusahaan. kekuatan adalah indicator khusus yang mampu memberikan keunggulan komparatif bagi perusahaan dalam pasar yang dihuni. kekuatan dapat terkandung dalam sumber daya, keuangan, citra, kepemimpinan pasar, dan faktor-faktor lain.<sup>22</sup>

#### 2. Kelemahan

Kelemahan adalah kekurangan atau keterbatasan dalam hal sumber daya yang ada pada perusahaan baik itu ketrampilan atau kemampuan yang menjadi batasan bagi kinerja dalam lini-lini perusahaan. Kekurangan dalam sumber daya, kemampuan, dan kapabilitas yang terjadi secara serius dapat menghambat efisiensi dan kinerja yang akurat dalam perusahaan. faktornya

---

<sup>21</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Risiko, Teori, Kasus dan Solusi*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 271.

<sup>22</sup> Pearce, Robinson, *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian Jilid 1* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997), 231.

meliputi, fasilitas, kemampuan manajemen, ketrampilan pemasaran dan citra merek.<sup>23</sup>

### 3. Peluang

Peluang merupakan bermacam-macam hal dan situasi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Situasi menguntungkan tersebut terjadi dalam lingkungan perusahaan, dan kemungkinan-kemungkinan penting yang diluar perusahaan merupakan salah satu sumber peluang.

Identifikasi segmen pasar yang sebelumnya terabaikan atau tidak diperhatikan, perubahan teknologi, hubungan dengan mitra, dan situasi persaingan memberi peluang bagi perusahaan.

### 4. Ancaman

Ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan dalam perusahaan apabila tidak ditangani ada diselesaikan maka akan menjadi hambatan bagi jalannya perusahaan yang bersangkutan, baik masa kini maupun kedepannya nanti. Ancaman merupakan masalah yang serius atau vital bagi posisi sekarang atau yang diharapkan perusahaan. adanya pesaing baru, perubahan teknologi, serta perubahan perubahan baru.

Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam suatu perusahaan, sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor diluar atau lingkungan perusahaan. Dapat dikatakan bahwa analisis SWOT merupakan instrument yang ampuh untuk membuat strategi pengembangan.

Dalam analisis SWOT juga terdapat Matriks SWOT yaitu salah satu teknik dalam analisis SWOT. Matriks SWOT merupakan Teknik analisis yang dikembangkan untuk membantu para perencana strategi dalam proses pembuatan strategi. Teknik ini menggambarkan SWOT menjadi suatu matriks dan kemudian diidentifikasi semua aspek yang mempengaruhi perusahaan.<sup>24</sup> Berikut tabel format dalam menganalisis dan menentukan keputusan dengan pendekatan matriks SWOT.

---

<sup>23</sup> Pearce, Robinson, *Manajemen Strategik Formulasi , Implementasi, dan Pengendalian Jilid 1* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1997), 232

<sup>24</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), 1997) 32.



|                                                       |                                                                                                   |                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>IFAS</div> <div>EFAS</div>                       | <b>Kekuatan</b><br>Tentukan 5 faktor kekuatan internal                                            | <b>Kelemahan</b><br>Tentukan 5 faktor kelemahan internal                                             |
| <b>Peluang</b><br>Tentukan 5 faktor peluang eksternal | <b>Strategi S-O</b><br>Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. | <b>Strategi W-O</b><br>Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang. |
| <b>Ancaman</b><br>Tentukan 5 faktor ancaman eksternal | <b>Strategi S-T</b><br>Menciptakan strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.  | <b>Strategi W-T</b><br>Menciptakan strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman     |

Penyusunan suatu formula SWOT dengan menggunakan faktor eksternal dan internal adalah dengan menempatkan tahapan-tahapan bobot nilai, Rating nilai dan skor nilai.

Bobot nilai merupakan memberikan nilai bobot pada faktor yang sudah dibuat. Bobot nilai dapat dijelaskan 1.00 = sangat penting, 0,75 = penting, 0,50 = standar, 0,25 = tidak penting, 0,10 = sangat tidak penting.

Rating nilai merupakan pemberian nilai rating pada faktor yang sudah dibuat. Rating nilai dapat dijelaskan 5 = sangat penting, 4= penting, 3 = netral, 2 = tidak baik, 1 = sangat tidak baik.

Skor Nilai nilai ialah penjumlahan dari rating dan bobot nilai. dalam menentukan bobot nilai dapat dihitung

dengan formula bobot nilai –dikurangi rating nilai sehingga mendapatkan skor nilai.<sup>25</sup>

## 2. Analisis SWOT pada Pedagang Menara Kudus

Pedagang Menara Kudus dalam sejarahnya dikatakan sudah cukup berkembang, hal tersebut ditandai dengan mampu dalam mempertahankan bisnis usahanya hingga saat ini yang bisa dikatakan sudah lama.

Pembuatan strategi, diawali dengan analisis SWOT dengan harapan dapat mengembangkan misi yang dijabarkan dalam tujuan jangka panjang dan jangka pendek Analisis SWOT adalah analisis informasi yang dicari dan didapatkan melalui beberapa pertanyaan: apa yang sedang terjadi, mengapa terjadi, di mana terjadi, dan kapan terjadi yang berasal dari lingkungan intern dan ekstern.

### a. Kekuatan

Kekuatan yang dimiliki para pedagang disini adalah kekuatan-kekuatan yang secara umum dimiliki oleh pelaku usaha. Kekuatan disini mempunyai pengaruh terhadap perkembangan usaha para pedagang Menara Kudus ditengah persaingan bisnis dan perkembangan teknologi dunia bisnis. adapun kekuatan-kekuatan yang dimiliki para pedagang Menara Kudus:

#### 1) Produk yang berkualitas

Pedagang Menara Kudus memiliki produk yang berkualitas dengan jaminan bahan yang berkualitas pula. disini didukung dengan lengkapnya barang yang dimiliki dan ketahanan dari produk tersebut.<sup>26</sup>

#### 2) Pelayanan yang baik

Pedagang Menara kudus memiliki pelayan pada pembeli dengan implementasi kerifan lokal gusjigang sehingga pembeli merasa nyaman dan selalu percaya pada pedagang Menara Kudus.<sup>27</sup>

#### 3) Memiliki produk yang Khas

---

<sup>25</sup> Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus BIsnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), 1997) 34.

<sup>26</sup> Syaifuddin Asrori, Wawancara Penulis dengan Pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021, Wawancara 6, transkrip.

<sup>27</sup> Seruni Molina, wawancara oleh penulis dengan pedagang Menara Kudus. 23 Agustus, 2021, wawancara 1, transkrip.

Pedagang Menara Kudus mempunyai produk yang berbeda dari pasar ataupun segmen pasar lain. Hal itu ditandai dengan banyaknya para penjual jenang khas kudus dan para penjual pakaian bertemakan islami sesuai kultur Menara Kudus.<sup>28</sup>

4) Komitmen yang kuat dari pedagang

Pedagang Menara Kudus memiliki kepercayaan dan jiwa yang kuat untuk menjadi lebih baik dalam pengembangan usahanya. hal itu ditandai dengan para pedagang sudah mencoba untuk menerapkan kearifan lokal Gusjigang dan mencoba pemasaran lewat market online.

5) Penerapan Gusjigang

Dalam penerapan Gusjigang sendiri mampu membuat para pedagang berperan aktif dalam bisnisnya sehingga dampaknya pun positif dalam pengembangan usaha tersebut.<sup>29</sup>

b. Kelemahan

Kelemahan merupakan penghalang yang dihadapi oleh para pedagang dalam mempertahankan dan mengembangkan aktifitasnya yang mempengaruhi pencapaian keuntungan atau laba yang diinginkan oleh pedagang Menara Kudus. adapun kelemahan-kelemahan yang dihadapi pedagang Menara Kudus:

1) Kurangnya pemahaman terkait pemasaran produk

Pemasaran produk disini menjadi kendala atau kelemahan dari para pedagang karena para pedagang masih berjualan lewat toko saja dan belum berani merambah atau menjajaki pasar online. kurangnya konsep pemasaran yang belum mengikuti dunia pemasaran online menjadikan penghasilan para pedagang menjadi kurang efektif.<sup>30</sup>

2) Kurangnya kerjasama dengan pengelola wisata

kerjasama menjadi hal yang sangat penting baik itu kerjasama dengsn pihak manapun. kerjasama

<sup>28</sup> Yusrul Falaq, Wawancara penulis dengan pedagang Menara Kudus, 23 Agustus 2021, wawancara 2 transkip.

<sup>29</sup> Yusrul Falaq, Wawancara penulis dengan pedagang Menara Kudus, 23 Agustus 2021, wawancara 2 transkip.

<sup>30</sup> Syaifuddin Asrori, Wawancara Penulis dengan Pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021, Wawancara 6, transkip.

dengan pihak pengelola wisata menjadikan kondusifitas para pedagang menjadi kurang tertata. Pihak memiliki kurang memperhatikan pedagang terkait pengelolaan dan penataan para pedagang.<sup>31</sup>

3) Kurangnya ruang untuk promosi produk

Promosi produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi peningkatan ekonomi sehingga ketika promosi produk memiliki kendala maka akan berdampak negative pada pendapatan pedagang. Promosi produk harusnya mendapat perhatian dan pengelola harus memberi ruang sebagai sarana promosi melalui acara dari pengelola wisata.<sup>32</sup>

4) kurangnya fasilitas bagi para pedagang

Fasilitas disini menjadi hal yang penting bagi para pedagang. Contohnya fasilitas kamar mandi dan tempat parkir. Para pedagang merasakan untuk lahan parkir sendiri masih kurang dan kamar mandi masih terbatas.<sup>33</sup>

5) Belum memanfaatkan teknologi dengan baik

Teknologi disini adalah untuk pemasarannya masih terbatas. teknologi yang dipakai oleh para pedagang masih bersifat kontemporer atau cara lama.<sup>34</sup>

c. Peluang

Peluang disini merupakan suatu kondisi yang mendukung atau memberikan pada para pedagsng untuk tumbuh dan mengembangkan usahanya. Adapun peluang-peluang sebagai berikut:

1) Tingginya tingkat wisatawan di Objek Wisata

Wisatawan pada Objek Wisata Religi mempunyai tingkat pengunjung yang tinggi sehingga para pedagang mampu menarik tingkat pembeli yang lebih luas dan banyak. Hal ini membuka kesempatan

<sup>31</sup> Sucitno, Wawancara Penulis dengan pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021. Wawancara 3 transkrip.

<sup>32</sup> Seruni Molina, wawancara oleh penulis dengan pedagang Menara Kudus. 23 Agustus, 2021, wawancara 1, transkrip.

<sup>33</sup> Syaifuddin Asrori, Wawancara Penulis dengan Pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021, Wawancara 6, transkrip.

<sup>34</sup> Sucitno, Wawancara Penulois dengan pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021. Wawancara 3 transkrip.

para pedagang untuk berperan aktif dalam menarik minat para wisatawan agar membeli dagangannya.<sup>35</sup>

## 2) Pengelolaan pemasaran melalui pasar online

Pada era sekarang tidak dipungkiri lagi bagi para pengusaha harus mampu mengikuti perkembangan dalam bidang pemasaran yaitu pemasaran online. Pemasaran online mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan caranyapun sederhana. Para pedagang memiliki kesempatan yang besar dengan pemasaran online untuk meningkatkan daya beli produknya dan menjangkau pasar yang lebih luas.<sup>36</sup>

## 3) Dukungan pemerintah

Pemerintah sendiri memiliki peran yang penting bagi peningkatan ekonomi para pedagang. Pemerintah harusnya mampu membuat kebijakan yang lebih baik bagi para pedagang. Contohnya membuat kebijakan memberikan pengamanan bagi para pedagang dan memberi bantuan lewat kebijakan penyewaan agar tidak memberatkan para pedagang.<sup>37</sup>

## 4) Acara tradisi pada objek wisata Religi Menara Kudus

Acara Tradisi pada Objek Wisata Menara Kudus diselenggarakan setiap tahun dan memiliki pengunjung yang terbilang banyak. Oleh karena itu para pedagang mampu mendapatkan peluang dengan ikut berperan dalam acara tersebut untuk mempromosikan produknya.<sup>38</sup>

## 5) Pemberian sarana dan prasarana oleh pemerintah

Sarana dan prasarana menjadi modal penting dalam pembangan suatu usaha. sarana prasarana disini ialah bagi kenyamanan para pedagang yaitu pemerintah menyediakan tata Kelola yang lebih baik

---

<sup>35</sup> Syaifuddin Asrori, Wawancara Penulis dengan Pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021, Wawancara 6, transkip.

<sup>36</sup> Seruni Molina, wawancara oleh penulis dengan pedagang Menara Kudus. 23 Agustus, 2021, wawancara 1, transkip.

<sup>37</sup> Sucitno, Wawancara Penulois dengan pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021. Wawancara 3 transkip.

<sup>38</sup> Sucitno, Wawancara Penulois dengan pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021. Wawancara 3 transkip.

untuk para pedagang baik itu pentaaan toko maupun penataan lahan parkir.<sup>39</sup>

b. Ancaman

Selain kendala dan hambatan sebagaimana yang ada diatas, seiring dan semakin berkembangnya perekonomian, teknologi, sosial dan budaya pada masyarakat. Para pedagang juga mengidentifikasi beberapa hal yang dianggap sebagai ancaman bagi keberlanjutan usaha para pedagang.

1) Kurangnya sinergi dengan masyarakat sekitar

Peran masyarakat menjadi poin penting yang harus di pertimbangkan. Masyarakat sekitar para pedagang harusnya bisa membantu promosi para pedagang dan ikut berkontribusi dalam daya jual para pedagang. dengan bersinerginya antara masyarakat dan para pedagang mampu membuat pasar yang kondusif dan majemuk.<sup>40</sup>

2) Kompetitor pedagang ilegal di trotoar jalan

Kompetitor menjadi pesaing yang sangat patut untuk dipertimbangkan oleh para pedagang. para pedagang ilegal menjadi kendala yang dihadapi para pedagang menjadi ancaman untuk berlangsungnya tata Kelola pasar yang baik. para pedagang ilegal tidak memiliki ijin untuk berjualan di trotoar jalan namun mereka tidak merasa bersalah. sehingga mengakibatkan pendapatan para pedagang yang legal menjadi berkurang karena persaingan yang kurang sehat tersebut.<sup>41</sup>

3) Kebijakan pemerintah terkait pengelolaan pedagang

Kebijakan pemerintah disini memiliki peran yang sangan fundamental karena dengan adanya kebijakan pemerintah yang baik bisa menciptakan iklimpasar yang baik pula. kebijakan pemerintah disini dinilai pedagang masih kurang tegas, salah satunya terkait pengelolaan para pedagang yaitu

<sup>39</sup> yaifuddin Asrori, Wawancara Penulis dengan Pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021, Wawancara 6, transkip.

<sup>40</sup> Seruni Molina, wawancara oleh penulis dengan pedagang Menara Kudus. 23 Agustus, 2021, wawancara 1, transkip.

<sup>41</sup> Sucitno, Wawancara Penulois dengan pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021. Wawancara 3 transkip.



belum adanya kebijakan yang pasti terhadap pelanggar dari pihak pedagang ilegal yang membuat pedagang legal kurang nyaman dalam melakukan jual beli mereka.<sup>42</sup>

#### 4) Pungutan sewa yang tinggi

Para pedagang disini memiliki kios yang rata-rata kiosnya masih sistem sewa. dalam jangka pembayarannya pun pendek yaitu perbulan. pungutan sewa kios yang tinggi menjadi hal yang membuat pedagang sulit berkembang karena pengeluarnya semakin bertambah dialin sisi produksinya sudah tinggi pula.<sup>43</sup>

#### 5) Persaingan produk pada pasar online

Para pedagang akan mencoba menjajaki pasar online untuk mengembangkan usahanya agar lebih dkeikenal. Namun karena kurangnya pengalaman dan terbilang sudah terlambat dari yang lain dapat membuat pedagang kesulitan dalam persaingan di pasar online. perlunya edukasi yang cermat untuk para pedagang terjun ke bisnis online.<sup>44</sup>

Berdasarkan dari analisis diatas, peneliti membuat rangkaian matriks Analisis SWOT melalui kelebihan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi para pedagang di Objek Wisata Religi Menara Kudus. Tahapan-tahapan yang dilakukan sebagai berikut:

---

<sup>42</sup> yaifuddin Asrori, Wawancara Penulis dengan Pedagang Menara Kudus, 26 Agustus 2021, Wawancara 6, transkip.

<sup>43</sup> Yusrul Falaq, Wawancara penulis dengan pedagang Menara Kudus, 23 Agustus 2021, wawancara 2 transkip.

<sup>44</sup> Seruni Molina, wawancara oleh penulis dengan pedagang Menara Kudus. 23 Agustus, 2021, wawancara 1, transkip.

**Tabel 4.1**  
**Matriks Analisis SWOT Peningkatan Ekonomi Masyarakat Berbasis**  
**Kearifan Lokal Gusjigang pada Pedagang Wisata Religi Menara**  
**Kudus**

| IFAS                                         | BOBOT | RATING | SKOR |
|----------------------------------------------|-------|--------|------|
| <b>Kekuatan</b>                              |       |        |      |
| Produk yang berkualitas                      | 0,08  | 4      | 0,32 |
| Pelayanan yang baik                          | 0,09  | 2      | 0,18 |
| Memiliki produk yang khas                    | 0,07  | 1      | 0,07 |
| Komitmen yang kuat dari pedagang             | 0,2   | 2      | 0,4  |
| Penerapan Gusjigang                          | 0,09  | 2      | 0,18 |
| <b>Kelemahan</b>                             |       |        |      |
| kurangnya pemahaman terkait pemasaran produk | 0,1   | 2      | 0,2  |
| kurangnya kerjasama dengan pengelola wisata  | 0,08  | 2      | 0,16 |
| kurangnya ruang untuk promosi                | 0,07  | 1      | 0,07 |
| kurangnya fasilitas bagi para pedagang       | 0,1   | 2      | 0,2  |
| belum menggunakan teknologi dengan baik      | 0,12  | 2      | 0,24 |
| Total                                        | S-W   |        | 0,28 |

| IFAS                                                            | BOBOT | RATING | SKOR |
|-----------------------------------------------------------------|-------|--------|------|
| <b>Peluang</b>                                                  |       |        |      |
| Tingginya tingkat wisatawan di objek wisata religi menara Kudus | 0,08  | 3      | 0,24 |
| Pengelolaan pemasaran                                           | 0,09  | 1      | 0,09 |

|                                                     |      |   |      |
|-----------------------------------------------------|------|---|------|
| melalui online                                      |      |   |      |
| Dukungan pemerintah                                 | 0,08 | 3 | 0,24 |
| Acara tradisi pada Objek Wisata Religi Menara Kudus | 0,12 | 4 | 0,48 |
| Pemberian sarana dan prasarana dari pemerintah      | 0,11 | 4 | 0,44 |
| <b>Ancaman</b>                                      |      |   |      |
| Kurangnya sinergi dengan masyarakat sekitar         | 0,08 | 3 | 0,24 |
| Kompetitor pedagang ilegal di trotoar jalan         | 0,14 | 2 | 0,28 |
| Kebijakan pemerintah terkait pengelolaan pedagang   | 0,06 | 2 | 0,12 |
| Pungutan sewa yang tinggi                           | 0,12 | 3 | 0,36 |
| Persaingan produk pada pasar online                 | 0,12 | 2 | 0,24 |
| Total                                               | O-T  |   | 0,25 |

Dari perhitungan tersebut dapat diidentifikasi bahwa usaha para pedagang memiliki koordinat kuadran yang rata-rata atau dibilang baik. untuk perhitungannya sebagai berikut:

$$S-W = 0,28 \text{ dan } O-T = 0,25$$

jadi, dari hasil tersebut posisinya berada dalam Kuadran I (Agresif)

Kedua matriks di atas, merupakan kondisi relatif yang dihadapi oleh para pedagang Menara Kudus di lokasi penelitian. kondisi-kondisi ini yang dihadapi oleh para pedagang Menara Kudus dalam menjalankan usahanya. berikut adalah tabel yang akan peneliti

gunakan untuk menganalisis dan menentukan keputusan strategis dengan menggunakan pendekatan Matriks EFAS dan IFAS.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>IFAS</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p><b>Strengths</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk yang berkualitas</li> <li>2. Pelayanan yang baik</li> <li>3. Memiliki produk yang khas</li> <li>4. Komitmen yang kuat dari pedagang</li> <li>5. Penerapan Gusjigang</li> </ol>                                                                    | <p><b>Weaknesses</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya pemahaman terkait pemasaran produk</li> <li>2. Kurangnya kerjasama dengan pengelola wisata</li> <li>3. Kurangnya ruang untuk promosi</li> <li>4. Kurangnya fasilitas bagi para pedagang</li> <li>5. Belum menggunakan teknologi</li> </ol> |
| <p>EFAS</p> <p><b>Opportunities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingginya tingkat wisatawan di objek wisata religi menara Kudus</li> <li>2. Pengelolaan pemasaran melalui online</li> <li>3. Dukungan pemerintah</li> <li>4. Acara tradisi pada objek wisata religi Menara Kudus</li> </ol> | <p><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengawasan kepada produk secara berkala agar menjaga daya beli</li> <li>2. Melakukan kerjasama antara pedagang dan pihak pengelola</li> <li>3. Pedagang ikut aktif berperan dalam penyelenggaraan acara untuk menambah daya promosi produk</li> </ol> | <p><b>Strategi W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengembangan segmen pasar yang luas melalui cara pemasaran media online.</li> <li>2. Penerapan gusjigang sebagai sarana pelayanan yang baik dan ramah</li> </ol>                                                                                   |

|                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5. Pemberian sarana dan prasarana dari pemerintah                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                    |
| <b>Threats</b><br>1. Kurangnya sinergi dengan masyarakat sekitar<br>2. Kompetitor pedagang ilegal di trotoar jalan<br>3. Kebijakan pemerintah terkait pengelolaan pedagang<br>4. Pungutan sewa yang tinggi<br>5. Persaingan produk pada pasar online | <b>Strategi S-T</b><br>1. Meningkatkan mutu pelayanan dan produk<br>2. Melakukan perbaikan produk dalam menjaga persaingan dengan kompetitor ilegal<br>3. Pemerintah membuat kebijakan terkait penertiban pedagang ilegal | <b>Strategi W-T</b><br>1. Melakukan Survei dan kaji kekuatan dan posisi pesaing<br>2. Meningkatkan sarana prasarana yang sudah ada agar lebih baik |

### 3. Pembahasan Analisis SWOT pada pedagang Menara kudus

Matriks SWOT pada tabel tersebut duhasilkan empat alternatif strategi yang dapat diambil oleh para pedagang Menara Kudus dalam menghadapi persaingan dan mengembangkan usaha agar semakin kompetitif, yaitu sebagai berikut:

#### a. Strategi S-O

Kondisi ini biasanya menjadi kondisi diinginkan oleh sebuah perusahaan, karena kelebihan atau kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dipakai untuk untuk memanfaatkan segala kemungkinan atau kesempatan yang ada. Sehingga sebuah perusahaan dapat mempunyai keunggulan bersaing yang baik apabila dibandingkan perusahaan sejenis. Adapun berupa kekuatan atau keunggulan yang dimiliki oleh para pedagang Menara Kudus:

#### 1) Pengawasan secara berkala dalam menjaga kualitas produk

Pengawasan produk sangatlah penting bahkan menjadi hal yang serius. Karena yang pertama dilihat atau

dinilai oleh konsumen ialah produk dan ketika konsumen puas terhadap produk maka tumbuh rasa untuk membeli lagi sehingga mampu berlangganan. Pengawasan produk dapat dilakukan dengan cara pengecekan secara berkala dan melihat lebih teliti dalam lini produksinya.

- 2) Melakukan kerjasama antara pedagang dengan pihak pengelola

Dilihat dari segi sosial, kerjasama sangatlah penting karena dalam setiap perusahaan pastilah butuh mitra dagang. Kerjasama dengan pihak pengelola Wisata menjadi hal yang harus dilakukan. Dalam hal ini ialah kerjasama yang bersifat resmi yaitu pihak pengelola juga ikut andil dalam promosi atau pengenalan produk dari para pedagang sedangkan pedagang akan memberikan *feedback* berupa pembagian keuntungan.

- 3) Pedagang ikut berperan aktif dalam setiap penyelenggaraan acara pada lokasi wisata

Pihak pengelola akan memberikan ruang bagi para pedagang untuk ikut serta dalam acara pada Tempat Wisata Religi Kudus. Namun para pedagang dituntut menjaga ketertiban dan berperan aktif bukan hanya mencari keuntungan saja. apabila hal itu bisa terlaksana, maka acara sebagai wadah atau ruang promosi pedagang akan tercapai sekaligus meningkatkan ekonomi oleh para pedagang.

#### b. Strategi W-O

Strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalisir kelemahan yang ada.

- 1) Pengembangan pasar yang lebih luas melalui pasar online

Para pedagang harus berani merambah pasar online sehingga untuk perluasan pasar mampu tercapai. Pasar online ada banyak yaitu facebook *marketplace*, Shopee, Tokopedia dan lain-lain. Pedagang membuat beberapa akun dan memosting produknya agar bisa dilihat oleh konsumen online. Untuk sistem pembayaran, para pedagang diharuskan memiliki akun rekening untuk pembayaran yang baik dan benar.

- 2) Penerapan Gusjigang sebagai sarana pelayanan yang baik dan ramah

Dalam aspek Gusjigang sendiri ada yang namanya aspek kejujuran. untuk kejujuran ini dapat diterapkan



pedagang dalam pelayanan yang ramah. ketika pelayanan ramah maka para pembeli akan merasa nyaman dan untuk kepercayaanapun meningkat. Para pedagang mampu memberikan pelayanan yang ramah sebagaimana yang diajarkan oleh Kangjeng Sunan Kudus dalam berdagang.

#### c. Strategi S-T

##### 1) Meningkatkan mutu pelayanan dan produk

Yang dimaksud disini adalah inovatif dalam mengembangkan pelayanan dan mutu produk. Para pedagang harus memiliki jiwa yang inovatif untuk membuat produk yang sudah ada menjadi lebih baik. Dalam hal pelayanan inovatif dapat diimplementasikan dengan cara pedagang membuat konsep pelayanan yang lebih variatif.

##### 2) Melakukan perbaikan produk untuk menjaga persaingan dengan competitor

Perbaikan produk dapat dilakukan dengan menambah atau membuat produk baru. Meskipun ini bersifat kurang vital namun untuk menjaga persaingan dengan kompetitor akan menjadi hal yang peting. Menambah jumlah atau kuantitas produk dengan cara menambah modal. Para pedagang harus meakukaan penataan terhadap produknya akan dituju kemana sehingga segmen pasar akan semakin jelas.

##### 3) Pemerintah membuat kebijakan bagi pedagang ilegal

Keresahan yang dialami para pedagang tidak hanya dari dalam manajemennya namun juga pengaruh luar yaitu para pedagang ilegal. Pemerintah diharapkan mampu membuat kebijakan penertiban parapedagang ilegal agar bisa terciptanya pasar yang kondusif. Apabila penertiban para pedagang terlaksana maka akan tercipta pasar yang kondusif dan teratur serta para pedagang bisa melaksanakan jualbeli dengan nyaman.

#### 2. Strategi W-T

Strategi ini merupakan cara untuk meminimalkan kelemahan yang ada, serta menghindari ancaman. Kondisi ini perusahaan dituntut untuk segera berbenah diri dan mencari solusi, karena hanya dengan cara itulah sebuah perusahaan dapat mempertahankan persaingan yang semakin ketat dan kompetitif.

1) Melakukan survei dan kaji kekuatan posisi pesaing

Pengkajian ini dilakukan dalam rangka mencari kelemahan dan kekuatan pesaing kita untuk tetap bersaing. ketika pedagang sudah melakukan pengkajian maka akan didapatkan data untuk perbaikan usahanya sendiri.

2) Meningkatkan sarana dan prasarana yang sudah ada

Sarana dan prasarana yang dimiliki bukan terus dibiarkan namun harus dirawat, para pedagang harus berbenah. untuk penjagaan atau perawatan sarana dan prasarana bisa dilakukan secara berkala.

Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan dengan menggunakan metode matriks IFAS dan EFAS tersebut dapat peneliti analisis bahwa, implementasi analisis SWOT pada usaha pedagang tercipta faktor eksternal pedagang yaitu posisi peluang yang lebih besar jika dibandingkan dengan posisi ancaman. Sedangkan faktor internal pada posisi kekuatan memiliki nilai skor lebih besar dibandingkan dengan posisi kelemahan. Nilai skor kekuatan faktor internal pada para pedagang sejumlah (1,15) dan nilai skor kelemahan pada para pedagang sejumlah (0,87). Sedangkan pada faktor eksternal para pedagang posisi peluang memiliki nilai sejumlah (1,49) dan nilai skor pada posisi ancaman memiliki jumlah (1,24).

Berdasarkan nilai skor tersebut di atas, sebagaimana telah dijelaskan bahwa analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal menyatakan bahwa perusahaan yang baik adalah jika peluang lebih besar dibandingkan ancaman dan apabila kekuatan lebih besar dibandingkan kelemahan begitupun sebaliknya. Jadi, bisa dikatakan untuk para pedagang memiliki kondisi bisnis yang terbilang baik karena posisinya pada kuadran I. yaitu dimana kuadran satu ialah posisi bagi perusahaan yang baik dan mampu lebih berkembang. Sehingga dalam hal ini usaha para pedagang sudah mengimplementasikan analisis SWOT namun belum sepenuhnya, jadi untuk sekarang diharapkan bagi para pedagang untuk mengimplementasikan dengan maksimal analisis SWOT untuk mengoptimalkan bisnis para pedagang sehingga tercipta manajemen bisnis atau usaha para pedagang yang bisa lebih baik dan komprehensif dalam mengetahui keadaan bisnis yang dijalankan untuk meningkatkan ekonominya.