

Eksistensi Pedagang Batik di Wisata Religi Desa Sapuro Kebulen Kota Pekalongan (Studi di Kawasan Makam Al-Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Thalib Alatas)

Winda Febriana Sari, Moh Yasir Alimi

windafebriana21@students.unnes.ac.id yasir.alimi@mail.unnes.ac.id✉

Jurusan Sosiologi dan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima:

November

Disetujui

November

Dipublikasikan

November

Keywords:

Existence,

Religious Tourism,

Traders.

Abstrak

Pedagang dapat ditemui di lokasi wisata religi makam wali, seperti di kawasan wisata religi Makam Al-Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Thalib Alatas, yang berlokasi di Desa Sapuro Kebulen Kota Pekalongan. Pemberlakuan sistem pocokan atau rolling lapak batik menjadi salah satu keunikan dari pedagang batik di wisata religi Desa Sapuro Kebulen. Tujuan dari penelitian adalah (1) Mengetahui latar belakang berdagang batik; (2) Mengetahui strategi berdagang dari pedagang batik; dan (3) Mengetahui relasi sosial pedagang batik. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Lokasi penelitian berada di kawasan wisata religi Makam Al-Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Thalib Alatas Desa Sapuro Kebulen Kota Pekalongan. Penelitian ini menggunakan teori pilihan rasional dari James S. Coleman dan teori hubungan interpersonal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksistensi pedagang batik dipengaruhi oleh latar belakang berdagang batik seperti faktor keuntungan, faktor sosial, dan faktor lingkungan. Strategi berdagang yang diterapkan seperti strategi barang, strategi pelayanan, strategi harga, dan strategi spiritual. Pedagang batik memiliki relasi sosial yang terjalin dengan berbagai pihak seperti dengan pedagang, pembeli, pengurus wisata religi dan pengurus paguyuban batik, serta dengan shohibul maqom wisata religi. Hubungan spiritual pedagang batik dengan shohibul maqom di wisata religi tersebut yang menjadi perbedaan antara pedagang di wisata religi dengan pedagang di lokasi wisata biasa.

Abstract

Traders can be found at religious tourism sites for the saint's tomb, such as in the religious tourism area of the Al-Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Talib Alatas Tomb, which is located in Sapuro Village, Kebulen, Pekalongan City. The implementation of the pocokan system or rolling batik stalls is one of the uniqueness of batik traders in the religious tourism of Sapuro Village, Kebulen. The aims of the research are (1) to know the background of trading batik; (2) Knowing the trading strategies of batik traders; and (3) Knowing the social relations of batik traders. The research approach used is a qualitative approach. The research methods used are observation, interviews and documentation. The research location is in the religious tourism area of the Tomb of Al-Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Talib Alatas, Sapuro Village, Kebulen, Pekalongan City. This study uses rational choice theory from James S. Coleman and interpersonal relationship theory. The research results show that the existence of batik traders is influenced by the background of batik trading such as profit factors, social factors and environmental factors. Trading strategies that are applied are goods strategy, service strategy, price strategy, and spiritual strategy. Batik traders have social relations with various parties, such as traders, buyers, religious tourism administrators and batik community administrators, as well as with religious tourism shohibul maqom. The spiritual relationship between batik traders and shohibul maqom in religious tourism is the difference between traders in religious tourism and traders in ordinary tourist locations.

PENDAHULUAN

Kegiatan jual beli dalam hidup bermasyarakat merupakan sesuatu yang dapat dikatakan sebagai hal yang lumrah. Lumrah memiliki arti biasa, dan lazim. Hal ini dikarenakan hampir setiap hari masyarakat akan melakukan aktivitas transaksi dengan penjual atau pedagang secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga dalam hal ini pedagang bukanlah menjadi sesuatu yang asing bagi masyarakat. Menurut Christine (2008) pedagang merupakan kelompok atau seseorang yang menjalankan transaksi jual beli barang atau jasa. Pedagang dapat ditemui di kawasan wisata religi Makam Al-Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Thalib Alatas yang berlokasi di Desa Sapuro Kebulen, Kota Pekalongan, Jawa Tengah. Wisata religi ini merupakan makam seorang tokoh Islam yang ikut serta berdakwah dalam menyebarkan agama Islam di Jawa dan sekitarnya. Ramainya pengunjung dan peziarah inilah yang mendorong banyak orang terutama masyarakat Desa Sapuro Kebulen untuk menggantungkan hidupnya dan mencari penghasilan dengan berdagang di kawasan wisata religi tersebut.

Sebagian besar masyarakat yang berdomisili Desa Sapuro Kebulen mengandalkan sumber penghasilannya dengan berdagang batik di wisata religi. Sering ramainya pengunjung wisata religi membuat berdagang batik ini dianggap sangat menguntungkan dan menjanjikan dikarenakan memiliki target pasar yang jelas seperti pengunjung dan peziarah baik dari lokal maupun luar kota. Ramainya pengunjung juga dapat dipengaruhi oleh faktor tertentu misalnya pada hari-hari tertentu diantaranya hari libur sekolah dan jelang libur nasional. Selain itu, Kota Pekalongan yang dikenal sebagai Kota Batik dan banyaknya pusat perindustrian batik, membuat harga produk yang dijual oleh pedagang batik wisata religi relatif terjangkau bagi semua kalangan masyarakat dengan kualitas yang bersaing. Hal ini tentunya menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung dan peziarah yang datang, sehingga tidak jarang banyak pengunjung yang terdorong niatnya untuk memborong batik di wisata religi. Meski demikian, tidak jarang pula terdapat pedagang batik yang mendapatkan keuntungan sedikit karena ketatnya persaingan antara pedagang.

Berdasarkan hasil observasi, peneliti menemukan adanya pedagang batik yang masih eksis di kawasan wisata religi Desa Sapuro Kebulen Kota Pekalongan hingga saat ini. Di tengah perkembangan zaman modern yang serba digital, keberadaan pedagang batik di wisata religi tetap bertahan. Hal ini dikarenakan sebagian besar pedagang batik menjadikan sebagai profesi utama dengan penghasilan utama. Oleh karena itu, meskipun perkembangan teknologi yang pesat, dan dihadapkan dengan berbagai kemudahan seperti halnya dapat berdagang secara *online* dari rumah, hal tersebut tidak membuat pedagang batik meninggalkan wisata religi sebagai lokasi berdagang. Disisi lain, terdapat pula pedagang batik yang mulai berdagang melalui platform *online* namun tetap memilih untuk mempertahankan lokasi berdagang di wisata religi. Cukup ketatnya persaingan yang disebabkan oleh banyaknya pedagang batik di wisata religi juga tidak mengurungkan niat para pedagang untuk berdagang di wisata religi.

Peneliti juga menemukan adanya keunikan dari cara berdagang batik di wisata religi, seperti pemberlakuan sistem *pocokan* atau *rolling* lapak dagang. Adanya *pocokan* dimaksudkan agar para pedagang batik merasa diberlakukan secara adil sehingga tidak menimbulkan kecemburuan sosial. Sistem *pocokan* dianggap sebagai jalan tengah oleh pengurus wisata religi dikarenakan banyaknya pedagang batik di wisata religi. Selain *pocokan*, pemberlakuan peraturan wajib menutup aurat bagi pedagang batik baik laki-laki maupun perempuan juga menjadi keunikan tersendiri. Peraturan tersebut tentunya menjadi salah satu perbedaan dari pedagang batik wisata religi Desa Sapuro Kebulen Kota Pekalongan dengan pedagang-pedagang di tempat lain.

Dalam penelitian ini, peneliti mengaitkan beberapa penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Gabriel Sandri Susanto Lewa, Ni Luh Putu Tejawati dan Ni Ketut Purawati (2022) menyebutkan bahwa pedagang memilih berprofesi sebagai pedagang kaki lima memiliki

beberapa faktor, seperti seperti faktor ekonomi, bahwa penghasilan pedagang kaki lima cukup menjanjikan. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Amirul Ikram, I Made Sarmita dan I Putu Ananda Citra (2020) yang menyebutkan bahwa pendorong motivasi pedagang ialah lokasi. Lokasi menjadi faktor pendorong yang sangat menentukan karena dengan lokasi yang bagus maka dirasa strategis dalam menentukan posisi berjualan. Dalam menentukan lokasi berdagang, tentunya pedagang akan mempertimbangkan beberapa hal, seperti dalam mempertimbangkan biaya pangkal. Seperti halnya pedagang batik di wisata religi yang memiliki faktor-faktor tertentu sehingga menyebabkan eksistensi pedagang terjaga dari dulu hingga saat ini.

Umumnya pedagang memiliki strategi dalam berdagang. Menurut Ismail Marzuki dan Fatih Ramdaniah (2019) menyebutkan bahwa terdapat empat strategi yang digunakan oleh pedagang seperti strategi pelayanan, strategi produk, strategi harga, dan strategi promosi. Selain itu, sebagian besar pedagang menggunakan prinsip berdagang, seperti; keharusan dalam melayani pembeli dengan baik. Sedangkan menurut Rafidah (2019) strategi yang diterapkan oleh pedagang berupa menjaga kualitas produk yang dijual, promosi yang menarik, menetapkan harga produk yang sesuai dengan kualitas, pemilihan lokasi berjualan yang nyaman. Adapun menurut Pham Van Hong (2020) menyebutkan bahwa strategi berasal faktor internal sangat berpengaruh terhadap penjualan seperti jaringan bisnis, kualitas sumber daya manusia, dan penerapan strategi pemasaran. Bentuk strategi lain disebutkan oleh Amy Wenxuan Ding dan Shibo Li (2021) berupa menggunakan beberapa taktik dan strategi untuk mengembangkan bisnis dan membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan seperti menggunakan pemasaran yang inovatif agar mengembangkan sumber pendapatan.

Relasi sosial antar pedagang juga tidak dapat dihindarkan. Hal ini dikarenakan pedagang akan selalu berinteraksi. Relasi sosial yang dikembangkan antar pedagang memiliki peran yang sangat penting dalam keberlangsungan perekonomian sehingga dapat membangun jaringan yang baik antar pedagang. Jalinan relasi sosial juga diharapkan dapat terwujud dalam bentuk jalinan kerjasama positif yang menguntungkan maupun kompetisi yang seimbang dan selaras. (Saudah, 2018). Meskipun memiliki perbedaan tetapi mereka hidup berdampingan dengan baik, keduanya saling diuntungkan secara ekonomis (Puji Riyanti, 2013). Hubungan sosial yang terjalin antar pedagang bersifat sinergi dan oposisi ditunjukkan dengan kerjasama yang baik, seperti membantu satu sama lain (Nisbatin dan Gunawan, 2018)

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut terkait pedagang batik di kawasan wisata religi Makam Al-Habib Ahmad bin Abdullah bin Thalib Alatas yang berlokasi di Desa Sapuro Kebulen, Kota Pekalongan. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui latar belakang berdagang batik, strategi berdagang dari pedagang batik dan relasi sosial dari pedagang batik di kawasan wisata religi Makam Al-Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Thalib Alatas, Desa Sapuro Kebulen, Kota Pekalongan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Lokasi penelitian ini berada di kawasan wisata religi makam Al-Habib Ahmad Bin Thalib Bin Abdullah Alatas Desa Sapuro Kebulen, Kota Pekalongan. Informan dalam penelitian ini berjumlah 12 orang. Informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti sehingga dapat menjawab rumusan masalah pada penelitian ini. Informan utama pada penelitian ini adalah pedagang batik di kawasan makam Al-Habib Ahmad Bin Thalib Bin Abdullah Alatas Desa Sapuro Kebulen. Sedangkan informan kunci pada penelitian ini adalah tokoh masyarakat Desa Sapuro Kebulen dan pengurus wisata religi. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Uji validitas data dengan teknik triangulasi. Teknik analisis data yang digunakan meliputi reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan/verifikasi data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Wisata Religi Desa Sapuro Kebulen

Sejarah Wisata Religi

Berdirinya bangunan wisata religi sampai saat ini merupakan sebuah bentuk penghormatan kepada tokoh Islam yang berjuang dalam menyebarkan agama Islam di Pulau Jawa terutama Pekalongan dan sekitarnya. Beliau adalah Al-Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Thalib Alatas yang dilahirkan di Kota Hajren, Hadramaut, Yaman pada tahun 1255 H. Diperkirakan beliau sampai di Indonesia pada tahun 1295-1300 H. Sesampainya di Indonesia, beliau menetap di Pekalongan. Beliau aktif dalam berdakwah dan menyebarkan ajaran-ajaran Islam kepada masyarakat. Beliau juga membangun beberapa masjid dan Madrasah Salafiyah yang berjalan pada Thariqah para Salaf beliau yang shaleh. Kebaikan dan keseriusannya dalam menyebarkan agama Islam kepada masyarakat membuat jasa-jasa beliau terus dikenang sampai sekarang. Seiring berjalannya waktu makam Habib Ahmad terus ramai dikunjungi oleh peziarah yang datang dari berbagai daerah dan kota di Indonesia. Berikut adalah makam Al-Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Thalib Alatas:



Gambar 1. Makam Al-Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Thalib Alatas,
Wisata Religi Desa Sapuro Kebulen Kota Pekalongan
(Sumber: Dokumentasi Winda 15 Mei 2023)

Pengurus Wisata Religi dan Pengurus Paguyuban Batik

Dalam mengelola dan mengurus wisata religi, pengurus wisata religi memiliki sebuah kantor sekretariat yang berada di wisata religi. Kantor tersebut digunakan oleh pengurus untuk menyimpan data dan arsip yang berkaitan dengan wisata seperti administrasi bagi pengunjung yang datang, uang kas yang masuk dari pembayaran parkir bus, dan menjadi pusat informasi bagi pengunjung maupun pedagang di kawasan wisata religi. Menurut Bapak Sholeh (53 tahun) yang merupakan salah satu pengurus wisata religi menyebutkan bahwa pembagian tugas dan tanggung jawab pengelolaan wisata religi tersebut diantaranya adalah pengurus tempat parkir berjumlah 8 orang, kamtib (keamanan dan ketertiban) berjumlah 4 orang dan pengurus musala yang berada di wisata religi berjumlah 6 orang. Pengurus wisata religi akan berganti setiap 1 atau 2 tahun sekali dalam periode kepengurusan agar pengelolaan wisata dapat dijalankan secara efektif dan memiliki inovasi pengelolaan.

Dalam hal pengelolaan, pihak wisata religi hingga saat ini masih memegang penuh kendali tanggung jawab terkait penyediaan sarana dan prasarana yang ada bagi pengunjung tanpa keterlibatan dukungan pemerintah di dalamnya. Hal ini dikarenakan lokasi wisata religi merupakan tempat pribadi milik Habib Ahmad dan keluarganya. Sehingga pemerintah tidak memiliki tanggung jawab untuk mengatur segala sesuatu di dalamnya. Oleh karena itu, terkait pengelolaan sarana dan prasarana, wisata religi hanya mengandalkan pemasukan dari uang sedekah yang masuk di kotak amal yang disediakan bagi pengunjung yang datang. Uang

tersebut digunakan untuk merawat makam serta digunakan biaya operasional makam, seperti perbaikan jalan depan makam, dan biaya operasional lainnya.

Berbeda dengan pengurus wisata religi yang mengurus terkait pengelolaan makam, musala dan sarana prasarana, terdapat pula pengurus lain yang lebih fokus pada pedagang batik, seperti pengurus Paguyuban Batik. Pengurus Paguyuban Batik tersebut memiliki tanggung jawab untuk mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan keperluan pedagang batik. Pengurus paguyuban batik yang mengatur sistem *pocokan* atau *rolling* lapak batik pada setiap minggunya. Selain itu, Paguyuban Pedagang Batik juga memiliki tanggung jawab untuk mengurus iuran listrik dari pedagang batik yang berjualan di area makam. Meskipun berbeda fokus kepengurusan dengan pengurus wisata religi, tetapi tujuan dari kepengurusan tersebut memiliki tujuan yang sama seperti untuk menjaga ketertiban dan kerukunan serta memberikan yang terbaik bagi pengunjung maupun pedagang batik.

Gambaran Pedagang Batik Wisata Religi

Menurut Bapak Sholeh (53 tahun) yang merupakan salah satu pengurus wisata religi Desa Sapuro Kebulen menyebutkan bahwa saat ini jumlah pedagang lapak batik berjumlah 67 lapak. Lapak batik merupakan tempat para pedagang batik yang berjualan menggunakan semacam dipan kayu maupun besi. Para pedagang batik umumnya menyebutnya dengan “*gladak*”. Penggunaan dipan tersebut juga memiliki peraturan tertentu yang telah disepakati bersama oleh para pedagang batik serta pengurus wisata religi, seperti penetapan ukuran dipan yang berukuran sekitar 115 x 110. Penetapan ukuran dipan dimaksudkan agar lahan yang disediakan pihak wisata religi tercukupi dan tidak melebihi batas. Selain itu, pedagang batik yang berjualan menggunakan dipan juga tidak diperbolehkan untuk menggunakan atap secara permanen dikarenakan nantinya akan mempersulit akses keluar masuk bus peziarah yang datang. Untuk mengatasi hal tersebut, maka para pedagang lapak batik hanya diperbolehkan menggunakan payung berukuran besar seperti payung pantai untuk menutupi teriknya sinar matahari dan gerimisnya hujan. Beliau menyebutkan bahwa pedagang batik yang menggunakan lapak tidak dipungut biaya dalam hal penempatan lahan. Pedagang batik hanya dikenakan membayar iuran listrik sebesar Rp. 20.000,-/minggu yang dikumpulkan melalui pengurus paguyuban batik. Berikut adalah lapak pedagang batik di wisata religi:



Gambar 2. Lapak Batik Pedagang Wisata Religi
(Sumber: Dokumentasi Winda 15 Mei 2023)

Pedagang batik pengguna lapak memiliki kegiatan unik setiap minggunya, seperti *rolling* nomor lapak yang akan ditempati selama 1 minggu kedepan. Umumnya pedagang batik wisata religi menyebutnya dengan “*pocokan*”. *Pocokan* biasanya dilaksanakan setiap hari Rabu pagi oleh seluruh pedagang lapak batik yang dipimpin langsung oleh pengurus paguyuban batik untuk menghindari kecurangan. Biasanya *pocokan* dilakukan dengan mengambil nomor sesuai

dengan jumlah tempat yang disediakan oleh pengurus paguyuban batik. Dilakukannya *pocokan* ini memiliki tujuan agar semua pedagang batik yang menggunakan lapak merasa adil dalam berdagang dikarenakan posisi lapak yang berbeda-beda. Posisi nomor lapak terdapat 2 bagian seperti depan dan belakang. Nomor bagian depan biasanya terletak pada depan makam dan dekat dengan parkir sehingga memudahkan pedagang untuk mendapatkan pembeli. Sebaliknya, nomor bagian belakang biasanya terletak pada bagian belakang makam, sehingga agak terlalu sulit untuk mendapatkan pembeli. Kebiasaan unik dari pedagang batik wisata religi Desa Sapuro Kebulen tersebut yang membedakan dengan pedagang lain di daerah wisata religi lainnya. Berikut adalah pedagang batik di wisata religi:



Gambar 3. Pedagang Batik di Wisata Religi
(Sumber: Dokumentasi Winda 21 Februari 2023)

Terdapat pula hal lain yang dapat membedakan pedagang wisata religi Desa Sapuro Kebulen dengan pedagang non-religi berupa peraturan yang diberlakukan oleh pengurus wisata religi kepada para pedagang batik. Peraturan tersebut ditujukan bagi pedagang perempuan yang diwajibkan untuk memakai jilbab atau kerudung pada saat berjualan batik di wisata religi. Selain itu, terdapat pula peraturan atau himbauan yang ditujukan kepada pedagang laki-laki hendaknya untuk menggunakan pakaian yang sopan seperti menggunakan celana panjang atau sarung. Namun jika pedagang laki-laki kurang berkenan hendaknya untuk menggunakan celana dibawah lutut. Hal ini dilakukan untuk menghormati peziarah yang datang ke wisata religi serta untuk menciptakan suasana wisata religi yang islami. Selain itu, terdapat peraturan yang menyebutkan bahwa setiap malam Jumat setelah Azan Maghrib sampai waktu Isya', para pedagang tidak diperbolehkan untuk membuka dagangannya dikarenakan terdapat kegiatan rutin di masjid wisata religi berupa pengajian. Apabila terdapat pedagang yang melanggar, maka akan dikenakan teguran dari pengurus wisata religi. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar pedagang tertib dalam berjualan batik. Selain itu, hal ini bertujuan untuk mendorong para pedagang agar tetap mengingat Allah SWT.

Latar Belakang Berdagang Batik

Faktor Keuntungan

Masyarakat Desa Sapuro Kebulen Kota Pekalongan memilih untuk berprofesi sebagai pedagang batik memiliki alasan untuk memanfaatkan dari peluang yang ada, salah satunya adalah faktor keuntungan. Faktor keuntungan tersebut merupakan salah satu alasan dari masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang batik yang menyebabkan terjaganya eksistensi pedagang batik di wisata religi dari dulu hingga saat ini. Keuntungan yang diperoleh dari berdagang batik dianggap cukup menjanjikan dan menguntungkan sehingga dalam hal ini pedagang batik memilih untuk terus mempertahankan usahanya. Pedagang batik dianggap

harus pandai dalam memanfaatkan peluang dan kesempatan yang sudah ada sebelumnya, berupa peluang target pasar. Hal ini dikarenakan target pasar penjualannya sudah jelas yaitu berasal dari pengunjung dan peziarah wisata religi baik dari lokal maupun pengunjung dari berbagai daerah di Indonesia. Oleh karena itu, berdagang batik tersebut dianggap tidak boleh disia-siakan dan dapat menjadi kerugian tersendiri jika tidak diteruskan pada kemudian hari. Pasalnya jumlah pedagang batik terdapat pembatasan agar lahan yang disediakan dapat mencukupi, sehingga dalam hal ini tidak semua orang dapat mengambil peluang untuk menjadi pedagang batik di wisata religi.

Besarnya keuntungan yang didapatkan oleh pedagang batik, membuat pedagang batik memilih untuk menjadikannya sebagai profesi utama dengan penghasilan utama untuk memenuhi kebutuhan hidup. Rata-rata keuntungan bersih yang didapatkan perhari jika wisata religi dalam keadaan ramai pengunjung adalah berkisar Rp. 100.000 – Rp. 1.000.000, -. Sedangkan keuntungan bersih yang didapatkan jika wisata religi dalam keadaan sepi pengunjung adalah berkisar Rp. 50.000 – 0,-. Terkait dengan pembagian keuntungan, pedagang batik menyebutkan bahwa keuntungan yang didapatkan dibagi menjadi 2 dengan orang tua maupun dengan keluarga yang lainnya. Keuntungan yang didapatkan dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu berupa keadaan ramai atau sepi pengunjung yang datang ke wisata religi pada setiap harinya. Ramainya pengunjung di wisata religi juga dipengaruhi oleh hari-hari tertentu seperti hari libur sekolah, hari besar, tanggal merah, menjelang puasa dan setelah hari Raya Idul Fitri. Sedangkan wisata religi dalam keadaan sepi pengunjung adalah hari-hari kerja. Selain itu, nomor lapak yang didapatkan sewaktu *pocokan* juga berpengaruh terhadap keuntungan yang didapatkan oleh pedagang batik.

Faktor Sosial

Eksistensi pedagang batik di wisata religi juga dipengaruhi oleh adanya faktor sosial. Faktor sosial dari pedagang batik dapat dilihat dari hubungan pedagang dengan keluarga, orang tua, teman atau kerabat dekat. Sebagaimana berdagang batik dipengaruhi oleh orang tua dan keluarga sehingga menyebabkan berdagang batik merupakan sebuah profesi yang bersifat turun temurun dari generasi ke generasi. Umumnya dalam sebuah keluarga harus terdapat anggota keluarga yang mau meneruskan untuk berdagang. Hal tersebut dikarenakan oleh adanya peluang yang dianggap cukup menjanjikan. Dukungan dari segi sosial tersebut membuat para pedagang batik bertahan dengan profesinya tersebut hingga saat ini.

Dalam hal pengelolaan dan pemegang kendali berdagang batik tidak hanya dipegang oleh 1 orang saja dalam keluarga, melainkan dapat lebih dari 1 orang. Seperti yang disebutkan oleh pedagang batik bernama Ibu Fatimah (36 tahun) yang menyebutkan bahwa lapak batik keluarganya dipegang oleh 7 orang dari anggota keluarganya dalam sehari. Oleh karena itu, perlu pembagian waktu dalam berdagang, seperti pembagian waktu ke dalam *shift* kerja. *Shift* kerja merupakan suatu penetapan atau pergeseran jam kerja dari jam pada umumnya yang terjadi satu kali dalam 24 jam. Pembagian *shift* ini dapat berupa *shift* pagi, siang, sore, malam, bahkan dini hari tergantung jumlah orang yang ikut berdagang dengan mempertimbangan kesanggupan yang bersangkutan. Tujuan dari pembagian waktu dalam *shift* kerja agar dirasa adil dan untuk menghindari konflik maupun perselisihan dalam keluarga. Selain pembagian *shift* bersama keluarga, terdapat pula pedagang yang memperkerjakan orang lain pada lapak batiknya, beliau adalah Bapak Sudarjo (50 tahun) dan Ibu Khalifah (31 tahun) yang juga memperkerjakan orang dari luar atau teman di lapak batiknya.

Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan merupakan pengaruh atau dukungan yang berasal dari luar. Faktor lingkungan dapat membuat individu melakukan sesuatu. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan di lapangan, latar belakang berdagang batik juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan berupa pemilihan lokasi berdagang. Pedagang batik memiliki motivasi untuk berdagang di

wisata religi dikarenakan faktor lokasi yang dirasa cocok dan strategis. Lokasi sangat menentukan nasib dalam memperoleh jumlah keuntungan yang akan didapatkan pedagang. Oleh karena itu, pedagang memilih lokasi berdagang yang ramai dan sering dilewati oleh orang.

Lokasi wisata religi Desa Sapuro Kebulen dianggap strategis dikarenakan berada di Kota Pekalongan dengan akses jalan yang mudah dijangkau sehingga menyebabkan banyak pengunjung dan peziarah dari berbagai daerah yang datang. Banyaknya pengunjung yang datang menyebabkan wisata religi menjadi ramai sehingga dirasa cocok untuk berdagang batik. Selain itu, sarana dan prasarana yang mendukung di wisata religi membuat lokasi tersebut dianggap menjadi semakin cocok untuk berdagang, dikarenakan fasilitas dan sarana prasarana yang ada dibutuhkan oleh banyak orang termasuk pedagang batik. Sarana dan prasarana yang menunjang tersebut berupa musala yang luas dan nyaman, ketersediaan toilet yang memadai dan mencukupi, akses jalan yang mudah untuk dilalui, penerangan yang cukup saat malam hari, banyaknya warung-warung makanan, hingga tempat parkir kendaraan yang luas untuk pengunjung. Fasilitas umum yang berada di wisata religi menjadi poin plus bagi pedagang batik dalam memilih lokasi.

Faktor lingkungan lainnya adalah jarak kediaman pedagang batik dengan wisata religi yang terpaut dekat. Hal ini dikarenakan wisata religi masih berada dalam 1 lingkungan desa yang sama sehingga membuat para pedagang batik memiliki motivasi untuk memanfaatkan peluang yang ada. Seperti Ibu Verawati (30 tahun) yang menyebutkan bahwa jarak kediamannya yang dekat dengan wisata religi memudahkan beliau dalam mengurus pekerjaan rumah. Adapula Bapak Sudarjo (50 tahun) yang menyebutkan bahwa jarak yang dekat dengan kediamannya membuat beliau tidak perlu menghabiskan banyak waktu untuk sampai di wisata religi yang menjadi tempat beliau mencari nafkah untuk keluarga.

Strategi Berdagang Pedagang Batik

Strategi Barang

Dalam menggait minat pembeli, para pedagang diharuskan untuk memikirkan barang yang mereka jual termasuk pada kualitas barang yang diperjualbelikan. Umumnya kualitas barang penjualan sangat mempengaruhi daya saing dan minat pembeli. Oleh karena itu, tidak heran jika banyak pedagang yang berlomba-lomba dalam menyusun strategi barang. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan di lapangan, pedagang batik menerapkan strategi barang tertentu untuk mendorong minat pembeli. Strategi barang yang diterapkan berupa menyediakan jenis barang yang berhubungan dengan batik dikarenakan para pedagang memanfaatkan peluang dari ikon Kota Pekalongan yang merupakan Kota Batik sehingga hal tersebut diharapkan menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Selain itu, para pedagang juga berharap bahwa hal tersebut dapat mendorong peningkatan pendapatan bagi pedagang. Penyediaan jenis barang tersebut juga dipengaruhi oleh lokasi berdagang yaitu di wisata religi, oleh karena itu tidak heran jika terdapat jenis barang yang disediakan berkaitan dengan pakaian muslim dan pakaian tertutup.

Hampir semua pedagang menyebutkan bahwa jenis barang yang disediakan mayoritas sama dengan pedagang lainnya, seperti daster batik, baju koko, hem batik, kemeja batik, kain batik, tapeh batik, piyama batik, sarung batik, muslim anak-anak dan sebagainya. Hal ini dikarenakan para pedagang batik memiliki *supplier* yang sama dari lingkungan wisata religi maupun dari *supplier* pasar. Meskipun hampir semua jenis barang yang disediakan sama dengan pedagang lain, namun para pedagang juga menyebutkan bahwa mereka menerapkan strategi barang lainnya seperti dengan menyediakan barang tertentu yang cukup langka sehingga jarang dimiliki oleh pedagang lain. Seperti yang disebutkan oleh Ibu Khalifah (31 tahun) yang menyediakan berupa kaftan batik. Selain itu, terdapat pula pedagang bernama Ibu Fatimah (36 tahun) yang menyediakan barang yang cukup langka yaitu *lendang bedong* dan

mukena batik. Pedagang batik lain yang menyediakan barang yang cukup langka dari pedagang lainnya adalah Bapak Sudarjo (50 tahun) yang menyediakan sarung polos dan mukena batik. Terdapat pula Bapak Rozak (34 tahun) yang menyediakan barang berupa kaos wisata. Tujuan dari menyediakan barang yang cukup langka dengan pedagang lainnya adalah guna menarik minat pembeli, selain itu juga untuk menambah variasi barang dagangan yang dijual.

Dalam berdagang juga penting dalam mengikuti tren yang ada sesuai dengan pasar, dikarenakan agar tidak tertinggal dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, para pedagang batik dituntut untuk selalu *update* dan mengikuti perkembangan tren di pasaran. Selain itu para pedagang juga harus pandai dalam memperhatikan hal-hal tertentu seperti dalam menyediakan barang dengan motif, corak dan warna yang berbeda. Hal ini dilakukan tentunya agar dapat meningkatkan daya saing dan menarik minat pembeli. Namun terdapat pula pedagang yang memproduksi barang sendiri, seperti yang disebutkan oleh Ibu Ernawati (42 tahun) yang memproduksi daster batik sendiri. Selain itu, Ibu Fatimah (36 tahun) juga menyebutkan bahwa terdapat barang yang diproduksi oleh keluarganya sendiri berupa piyama batik. Ibu Verawati (30 tahun) juga menyebutkan hal serupa bahwa beliau juga memproduksi barang tertentu seperti gamis batik. Bapak Rozak (34 tahun) juga menyebutkan bahwa beliau memilih untuk memproduksi barang sendiri berupa sarung batik dan kaos wisata. Memproduksi barang dagangan sendiri tersebut dimaksudkan agar memiliki barang yang khas dalam dagangannya selain itu juga untuk menambah variasi barang dagangan. Memproduksi barang dagangan sendiri ini juga dapat menjadi kebanggaan sendiri bagi para pedagang. Selain itu, peneliti juga mendapatkan informasi dari informan terkait beberapa barang dagangan yang sering laku dan sering diminati oleh pembeli, baik pembeli lokal maupun pembeli dari luar kota. Barang dagangan tersebut berupa sarung batik, daster batik, gamis tuwil dan pakaian batik anak-anak.

Strategi Pelayanan

Umumnya pedagang tidak hanya menggunakan strategi barang saja dalam menggait minat pembeli, namun pedagang juga membutuhkan strategi pelayanan yang tepat untuk menarik minat pembeli. Sebagai seorang pembeli, tentunya pelayanan menjadi salah satu hal penunjang dan faktor pendorong bagi pengunjung untuk membeli sebuah produk pada pedagang. Pembeli akan memilih pedagang yang segan memberikan pelayanan yang baik. Oleh karena itu, tidak heran jika pedagang berlomba-lomba dalam menerapkan berbagai strategi atau cara jitu untuk menarik minat pembeli, khususnya dalam hal memberikan pelayanan yang baik kepada pembeli. Memberikan pelayanan yang baik dilakukan dengan tujuan agar pembeli merasa puas berbelanja di tempatnya. Selain itu, pelayanan yang diberikan oleh pedagang kepada pembeli diharapkan dapat memberikan kesan yang baik kepada pembeli.

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan di lapangan, strategi pelayanan merupakan sesuatu yang sangat penting dalam berdagang. Selain itu, kualitas pelayanan juga dapat menjadi salah satu kunci utama untuk menarik minat pembeli. Oleh karena itu, pedagang batik sangat memperhatikan pelayanan yang diberikan. Menurut pedagang batik sebagai seorang pedagang, harus memiliki sikap-sikap yang baik guna mendukung dan mendorong peningkatan keuntungan yang akan didapatkan. Seperti pedagang yang harus memiliki sikap ramah, murah senyum, dapat mengontrol emosi agar tetap stabil dan tidak kaku. Selain itu, sebagai seorang pedagang juga dapat sesekali mengajak pembeli untuk mengobrol ataupun bersenda gurau. Hal ini dilakukan agar pembeli merasa nyaman dan puas saat berbelanja.

Strategi Harga

Menjadi seorang pedagang akan selalu berhadapan dengan permainan harga pada barang yang dijual. Penentuan harga pada barang ini merupakan menjadi salah satu penentu keuntungan yang akan didapatkan. Persaingan yang cukup ketat membuat pedagang harus pandai dalam menentukan harga barang. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan di lapangan, dalam berdagang harus memperhatikan strategi harga. Hal tersebut dikarenakan strategi harga

dapat mempengaruhi keuntungan yang didapatkan. Selain itu, menerapkan harga yang tepat juga dapat menarik minat pembeli dalam berbelanja. Namun pedagang batik wisata religi mematok harga barang sesuai dengan kualitas yang disediakan. Pedagang batik menyebutkan bahwa mayoritas barang dagangannya memiliki harga yang sama dengan pedagang lainnya mulai dari Rp.25.000 s/d Rp.150.000-an. Patokan harga yang sama dengan pedagang lainnya dikarenakan para pedagang batik tetap mengikuti harga normal atau harga umum di pasaran. Selain itu, tempat *supplier* yang sama juga menjadi salah satu faktornya.

Terkait dengan tawar menawar harga barang, pedagang batik menganggap bahwa hal tersebut termasuk suatu hal yang lumrah dan umum dilakukan pembeli saat berbelanja. Oleh karena itu, sebagai seorang pedagang, mereka menyebutkan bahwa tidak melarang pembeli untuk melakukan tawar menawar harga barang sampai muncul sebuah kesepakatan harga antara pedagang dan pembeli. Pedagang batik juga menyebutkan bahwa beberapa dari mereka juga tidak segan-segan memberikan potongan harga kepada pembeli jika pembeli membeli barang dagangannya dalam jumlah yang banyak. Menurutnya dengan memberikan potongan harga dianggap dapat membuat dagangannya akan laris manis dikemudian hari. Selain itu juga diharapkan agar pembeli merasa senang dan puas berbelanja di tempatnya.

Strategi Spiritual

Tidak hanya berbagai strategi yang berkaitan perekonomian saja yang diterapkan oleh para pedagang batik, namun para pedagang batik di wisata religi juga membiasakan menerapkan strategi yang bersifat spiritual. Kata spiritual memiliki arti sesuatu yang dapat dihubungkan dengan sifat kejiwaan (rohani dan batin). Secara sederhana, spiritual merupakan suatu hal yang berkaitan dengan rasa keyakinan yang berhubungan dengan sesuatu yang memiliki kekuatan tertinggi maupun zat yang mengatur dan memiliki atas segalanya di muka bumi. Pada dimensi spiritual, berupaya untuk menyelaraskan panjatan doa dengan usaha yang ditempuh manusia. Hal tersebut dapat menimbulkan kekuatan atau energi diluar kendali manusia. Kekuatan spiritual tersebutlah manusia akan memiliki kepribadian yang berprinsip dalam menjalani hidupnya. Sebagai tolak ukur tinggi atau rendahnya tingkat spiritual manusia, maka dapat dilihat dari segi pendalaman dan pemahaman manusia terhadap keyakinan agama dianutnya yang berhubungan dengan teologi ketuhanan.

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan selama di lapangan, para pedagang wisata religi Makam Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Thalib Alatas memiliki strategi spiritual yang mereka yakini sesuai dengan ajaran agamanya. Strategi spiritual tersebut berupa membaca doa terlebih dahulu sebelum membuka dagangannya dan membaca selawat nabi maupun selawat nariyah sambil menunggu pengunjung dan peziarah datang. Pedagang batik bernama Bapak Sudarjo (50 tahun) dan Bapak Rozak (34 tahun) menyebutkan bahwa beliau juga selalu berusaha menyisihkan sedikit keuntungannya untuk dibagikan kepada orang yang membutuhkan seperti anak yatim dan janda tua. Hal tersebut beliau lakukan karena beliau meyakini bahwa setiap rezeki yang didapatkan tidak hanya untuk dirinya dan keluarganya saja tetapi juga terdapat sebagian rezeki orang lain yang dititipkan melalui dirinya. Terdapat pula pedagang batik yang menyebutkan memiliki amalan lainnya seperti menjaga salat 5 waktu.

Para informan yang merupakan sebagai pedagang batik juga menyebutkan terdapat dampak yang dapat dirasakan setelah menerapkan strategi spiritual tersebut berupa kenyamanan hati, ketenangan hati, kedamaian hati dan lebih semangat dalam berdagang. Selain itu, informan juga dengan membiasakan hal tersebut dapat membuat dirinya menjadi lebih menerima berapapun rezeki yang diberikan oleh Allah SWT. Informan juga menjadi yakin dan percaya bahwa setiap rezeki orang pasti berbeda, dan telah diatur oleh Allah SWT. Oleh karena itu, para pedagang menjadi tidak mudah merasa iri terhadap rezeki rekan pedagang lainnya mengingat jumlah pedagang batik di wisata religi mencapai 67 lapak batik.

Relasi Sosial Pedagang Batik

Relasi dengan Pedagang

Pedagang batik memiliki relasi dengan sesama pedagang batik di wisata religi. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan selama di lapangan, terdapat dua bentuk yaitu relasi sosial asosiatif dan disosiatif. Relasi sosial asosiatif berupa kerukunan dan kerja sama antar pedagang. Bentuk kerukunan pedagang batik wisata religi seperti tolong menolong sesama pedagang, makan siang bersama, bercengkrama dan bersenda gurau sembari menunggu pembeli datang. Oleh karena itu, para pedagang batik tidak dapat dijauhkan oleh interaksi sosial saat berdagang sehingga para pedagang saling mengenal satu sama lain. Relasi sosial asosiatif pada pedagang batik juga terwujud dalam hal kerja sama antar pedagang, seperti informan bernama Ibu Ernawati (42 tahun) yang menyebutkan bahwa beliau sering dipercaya oleh pedagang batik lain untuk menjadi *supplier* tambahan dagangan batiknya. Hal ini tentunya menjadi keuntungan tersendiri bagi Ibu Ernawati. Dalam upaya menjaga hubungan sosial yang baik antar pedagang, terdapat pula kegiatan-kegiatan positif untuk menunjang terbentuknya hubungan sosial yang baik diantaranya:

a. Kegiatan Ziarah dan Wisata

Kegiatan ziarah dan wisata ini dilaksanakan bersama seluruh pedagang batik dengan mengajak warga sekitar di Desa Sapuro Kebulen. Kegiatan ini biasanya dilaksanakan setiap satu tahun sekali menjelang bulan Ramadan. Kegiatan ini biasanya diurus oleh panitia yang berasal dari pengurus paguyuban batik dan beberapa pengurus wisata religi. Berikut adalah foto kegiatan ziarah dan wisata yang dilakukan oleh pedagang batik:



Gambar 4. Kegiatan Ziarah dan Wisata Pedagang Batik
(Sumber: Arsip Pengurus Paguyuban Batik)

b. Kegiatan Senam Ibu-Ibu

Terlaksananya kegiatan senam ini berawal dari kesepakatan dan kebersamaan dari ibu-ibu pedagang batik. Kegiatan ini bertujuan untuk menjaga hubungan baik antar pedagang batik melalui kegiatan yang positif dan menyehatkan. Kegiatan senam dilaksanakan pada tiga kali dalam satu minggu setiap pagi hari, dengan dikenakan biaya Rp.5000,-/orang dalam setiap pelaksanaannya. Kegiatan senam tidak hanya diikuti oleh ibu-ibu pedagang batik saja, namun ibu-ibu warga Sapuro Kebulen yang tidak berprofesi sebagai pedagang batik juga diperbolehkan untuk bergabung dikarenakan kegiatan senam ini terbuka untuk siapapun. Berikut adalah foto kegiatan senam ibu-ibu:



Gambar 5. Kegiatan Senam Ibu-Ibu
(Sumber: Dokumentasi Ibu Bariyah 19 Mei 2023)

c. Kegiatan Makan Siang Bersama

Sembari menunggu bus dari peziarah datang, terkadang para pedagang batik melakukan kegiatan mencari makan siang bersama. Kegiatan ini biasanya dilakukan saat wisata religi dalam keadaan sepi pengunjung. Selain itu, melalui kegiatan yang sederhana ini diharapkan dapat menjaga komunikasi dan keakraban para pedagang meskipun hanya sekedar makan siang bersama.

d. Tolong Menolong Pedagang Batik

Untuk menjaga hubungan sosial yang baik, para pedagang tidak segan untuk tolong menolong satu sama lain. Contohnya adalah ketika terdapat pedagang yang berduka maka para pedagang batik bergotong royong untuk membantu dan berziarah ke rumah duka. Selain itu, jika terdapat salah satu dari pedagang batik yang sakit, maka para pedagang akan menjenguknya.

Peneliti juga menemukan berupa relasi sosial disosiatif dari pedagang batik di wisata religi. Bentuk relasi sosial disosiatif berupa persaingan antar pedagang. Informan menyebutkan bahwa persaingan dalam berdagang adalah suatu hal yang tidak dapat dihindarkan karena hal ini bertujuan untuk menggait pembeli guna mendapatkan keuntungan agar sesuai harapan. Persaingan ini dilakukan secara sehat berupa kelengkapan dan jenis barang yang disediakan, harga yang ditawarkan dan pelayanan yang diberikan. Menurut salah satu informan yaitu Bapak Amirul (31 tahun) menyebutkan bahwa meskipun terdapat persaingan dalam berdagang, namun dirinya dan pedagang lainnya selalu memegang prinsip bahwa “*rejeki tidak akan kemana, dan rejekinya sudah ada yang mengatur*”. Prinsip tersebut digunakan untuk menghindari sikap iri dan dengki sehingga dapat menjaga hubungan sosial yang baik serta menghindari konflik batin antar pedagang wisata religi.

Relasi dengan Pembeli

Relasi sosial tidak hanya dilihat dengan pedagang batik tetapi juga dapat dilihat dari hubungannya dengan pembeli. Sebagai seorang pedagang tentu akan selalu berinteraksi secara langsung dengan pembeli. Adanya interaksi tersebut menimbulkan sebuah hubungan yang bersifat timbal balik. Oleh karena itu, komunikasi antara pedagang dan pembeli tidak dapat dihindarkan satu sama lain. Komunikasi antar pedagang dan pembeli tersebut terjadi pada saat menawarkan produk, tawar menawar hingga terjadi sebuah transaksi jual beli.

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan selama di lapangan, hubungan pedagang batik dengan pembeli terjalin dengan baik. Hubungan tersebut juga tidak pernah menemui sebuah perselisihan atau konflik. Hal ini dikarenakan pedagang batik menganggap bahwa hubungan

baik dengan pembeli memiliki pengaruh yang besar untuk kedepannya. Pengaruh tersebut berupa kepercayaan pembeli terhadap pedagang. Kepercayaan tersebut dianggap sebuah kunci untuk mempertahankan eksistensi dagangannya dalam jangka panjang kedepannya. Selain itu, kepercayaan pembeli juga merupakan langkah untuk menggapai kesuksesan dalam berdagang. Oleh karena itu, pedagang batik sangat memperhatikan hubungannya dengan pembeli dengan menjaga komunikasi yang baik, menjaga kualitas pelayanan dan meningkatkan kualitas dagangan.

Pengaruh lain dari adanya hubungan yang baik dengan pembeli adalah pedagang batik yang mendapatkan langganan atau *reseller* dari pembeli wisata religi. Beberapa pedagang batik menyebutkan bahwa mereka beberapa kali mendapatkan *reseller* langsung dari pengunjung wisata religi. Hubungan baik antara pedagang dengan pembeli tersebut termasuk pada relasi sosial asosiatif berupa kerjasama yang bersifat saling menguntungkan satu sama lain. Seperti Ibu Verawati (30 tahun) yang mendapatkan *reseller* dari pengunjung wisata religi beberapa daerah seperti Banten dan Lampung. Ibu Ernawati (42 tahun) juga menyebutkan hal serupa bahwa mendapatkan *reseller* dari pengunjung wisata religi yang berasal Tangerang dan Lampung. Ibu Khalifah (31 tahun) mendapatkan *reseller* pengunjung wisata religi dari Jawa Barat, Jawa Timur, Kendal, Tegal dan Palembang. Bapak Sudarjo (50 tahun) mendapatkan *reseller* pengunjung wisata religi dari Sukabumi, Magelang, Banten, dan Malang, dan Mas Mukromin (24 tahun) yang mendapatkan *reseller* pengunjung wisata religi dari Jawa Barat, Banten, Tangerang dan Jawa Timur.

Relasi dengan Pengurus Wisata dan Pengurus Paguyuban Batik

Hubungan sosial pedagang batik tidak hanya dilihat dengan sesama pedagang batik maupun pembeli tetapi juga terjalin dengan pengurus wisata religi, maupun pengurus paguyuban batik. Hal tersebut dikarenakan pengurus wisata religi dan pengurus paguyuban batik merupakan seseorang yang juga bersinggungan langsung dengan pedagang batik di wisata religi. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan selama di lapangan, pedagang batik memiliki hubungan baik dengan pengurus, baik pengurus wisata religi maupun dengan pengurus paguyuban batik. Hal ini dikarenakan pengurus wisata religi dan pengurus paguyuban batik masih merupakan tetangga dengan para pedagang batik, menyebabkan pedagang batik sering berinteraksi dengan pengurus. Hal tersebut membuat pedagang batik sangat memperhatikan dan menjaga hubungan baik dengan pengurus. Hal yang dilakukan oleh pedagang batik untuk menjaga hubungan baik dengan pengurus adalah dengan menjaga komunikasi dan silaturahmi antar sesama, untuk menegakkan kerukunan dan memperkuat persaudaraan. Hubungan baik antara pedagang batik dengan pengurus tersebut termasuk dalam relasi sosial asosiatif berupa kerukunan.

Hubungan pedagang batik dengan pengurus juga tidak pernah menemui konflik, meskipun terkadang terdapat adanya penyampaian informasi dari pengurus yang kurang rinci. Namun hal tersebut bukanlah masalah yang besar dan masih dapat diatasi. Peraturan dan kebijakan yang dikeluarkan oleh pengurus juga tidak pernah menuai kontra yang menyebabkan konflik yang serius. Hal tersebut dikarenakan peraturan yang dikeluarkan dianggap sudah dipikirkan secara matang-matang dan sudah melewati proses pertimbangan yang panjang. Untuk terus menjaga hubungan baik dengan pedagang batik, pengurus juga seringkali meminta pendapat, saran dan masukan dari pedagang batik sebelum mengeluarkan keputusan untuk menghindari perpecahan dan menjaga hubungan baik. Disisi lain, pedagang batik juga akan memberikan saran dan masukan dengan senang hati jika memang dibutuhkan. Salah satu peraturan dan kebijakan yang dikeluarkan dan dinilai tepat adalah pemberlakuan sistem *pocokan* untuk lapak pedagang batik. Pedagang batik menilai bahwa kebijakan tersebut cocok dikarenakan dapat menjauhkan dari iri, perpecahan dan menjaga hubungan baik dengan sesama.

Relasi dengan Shohibul Maqom

Relasi sosial tidak hanya terjadi pada pedagang batik, pembeli dan pengurus saja namun juga terjadi dengan *shohibul maqom* yang ada di wisata religi. *Shohibul maqom* adalah habib atau wali di dalam wisata religi. Hubungan pedagang batik dengan *shohibul maqom* dapat dilihat dari sikap-sikap pedagang yang bertujuan sebagai pendekatan dengan para habib dan wali-wali yang ada di wisata religi.

Berdasarkan data yang peneliti dapatkan di lapangan, para pedagang di wisata religi Makam Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Thalib Alatas memiliki hubungan secara spiritual terhadap wali atau para *shohibul maqom* di wisata religi. Terdapat pedagang batik yang menyebutkan bahwa mengenal semua *shohibul maqom* yang ada di wisata religi, namun terdapat pula pedagang batik yang hanya mengenal beberapa *shohibul maqom* saja. Meskipun terdapat pedagang yang hanya mengenal beberapa *shohibul maqom* saja, hal tersebut tidak membuat para pedagang untuk tidak berziarah ke wisata religi, mereka tetap menyempatkan waktunya untuk berkunjung ke wisata religi.

Hubungan para pedagang batik dengan *shohibul maqom* tersebut terbentuk oleh jarak yang dekat antara wisata religi dengan kediaman pedagang. Selain itu dikarenakan oleh jarak lapak yang mereka tempati untuk berdagang, sehingga membuat para pedagang merasa memiliki keharusan untuk mengunjungi dan berziarah ke wisata religi. Beberapa informan menyebutkan terkait dengan waktu berkunjung ke wisata religi tetap melihat situasi dan kondisi yang memungkinkan, seperti wisata religi dalam keadaan sepi pengunjung. Selain itu, terdapat pula informan yang memilih berziarah pada moment-moment tertentu seperti saat pelaksanaan Haul wisata religi yang dilaksanakan dalam 1 tahun sekali.

Para pedagang batik menyebutkan bahwa mereka mengirimkan doa dan bacaan-bacaan tertentu saat berziarah berupa surat Yasin, Tahlil dan surat-surat pendek Al-Qur'an yang ditujukan untuk para *shohibul maqom* di wisata religi. Pembacaan doa dan bacaan Al-Qur'an tersebut dimaksudkan sebagai tanda terima kasih para pedagang terhadap kebaikan *shohibul maqom* yang membuat wisata religi ramai hingga saat ini. Ramainya pengunjung dan peziarah tersebutlah yang membuat para pedagang dapat berdagang di area wisata religi. Hubungan secara spiritual pedagang wisata religi dengan *shohibul maqom* ini yang membuat berbeda dengan pedagang-pedagang wisata non-religi.

Analisis Teori Pilihan Rasional dan Teori Hubungan Interpersonal

Teori Pilihan Rasional

Menurut George Ritzer dan Douglas J. Goodman (2008) dalam Teori Sosiologi Modern menerangkan bahwa teori Pilihan Rasional dikemukakan oleh James S. Coleman. Coleman mengeluarkan gagasan dasar bahwa “tindakan perseorangan mengarah kepada sesuatu tujuan dan tujuan itu (dan tindakan) yang ditentukan oleh nilai atau pilihan (preferensi)” (1990:13). Secara sederhana, pada teori tersebut Coleman menekankan bahwa terdapat suatu tindakan seseorang yang memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai, dan tujuan tersebut merupakan tindakan yang ditentukan oleh nilai atau referensi yang dipilih (pilihan). Coleman menyebutkan bahwa dalam teori ini melibatkan seseorang sebagai aktor yang dapat berpikir secara rasional dari ilmu ekonomi, sehingga ia dapat melihat serta memilih tindakan yang akan digunakan agar dapat memaksimalkan keinginan dan kebutuhan.

Penggunaan teori pilihan rasional dapat dihubungkan dengan topik permasalahan dalam penelitian ini dikarenakan aktor tersebut diibaratkan sebagai pedagang batik. Dalam mencapai tujuan saat berdagang, pedagang memiliki dasar pertimbangan tertentu sampai akhirnya memutuskan untuk berdagang di wisata religi. Selain itu, pedagang juga akan mempertimbangkan hal-hal yang berkaitan agar dagangannya memiliki daya saing sehingga eksistensinya dapat terjaga dalam jangka yang panjang. Upaya yang dipilih pedagang tentunya telah melewati segala pertimbangan yang panjang agar sesuai dengan apa yang diharapkan.

Pilihan rasional digunakan oleh pedagang dalam mempertimbangkan faktor-faktor tertentu yang dapat menentukan nasib kedepannya. Faktor-faktor yang menjadi dasar pertimbangan pedagang dan menjadi latar belakang berdagang berupa (1) Faktor Keuntungan; (2) Faktor Sosial, dan; (3) Faktor Lingkungan. Faktor-faktor tersebut merupakan alasan dan motivasi dari pedagang untuk memilih berprofesi sebagai pedagang batik di kawasan wisata religi Desa Sapuro Kebulen Kota Pekalongan. Adanya faktor-faktor tersebut merupakan sebuah dasar dan latar belakang dari pedagang yang memilih untuk mempertahankan profesinya dari dulu hingga saat ini.

Pilihan rasional tersebut juga dapat berupa pemilihan strategi berdagang. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi berdagang tersebut meliputi (1) Strategi Barang; (2) Strategi Pelayanan; (3) Strategi Harga, dan; (4) Strategi Spiritual. Pemilihan berbagai strategi tersebut bukan tanpa alasan, melainkan memiliki berbagai pertimbangan-pertimbangan yang matang sehingga diharapkan dapat menunjang penjualan.

Teori Hubungan Interpersonal

Menurut Sarwono dan Meinarno (2009) hubungan interpersonal merupakan hubungan yang terdiri atas dua orang atau lebih yang memiliki ketergantungan satu sama lain dan menggunakan pola interaksi yang konsisten. Sedangkan menurut Ruben dan Stewart (2006) hubungan interpersonal adalah hubungan yang berdasarkan pada pengolahan pesan yang timbal balik. Hubungan interpersonal memiliki beberapa ciri-ciri, diantaranya adalah saling megenal dekat, saling memerlukan dan membutuhkan satu sama lain, pola hubungan antarpribadi dan terdapat sebuah kerjasama (Suranto:2011).

Dalam sosiologi, hubungan interpersonal dapat disebut dengan relasi sosial. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa relasi sosial pedagang batik terjalin dengan berbagai pihak seperti pedagang, pembeli, pengurus dan *shohibul maqom*. Terbentuknya sebuah relasi sosial tersebut memiliki tujuan tertentu salah satunya adalah untuk menjaga hubungan baik dan kepercayaan. Terdapat dua bentuk relasi sosial yang peneliti temukan. Bentuk relasi sosial yang terjalin berupa relasi sosial asosiatif dan relasi sosial disosiatif. Kedua bentuk relasi ini terbentuk oleh faktor-faktor tertentu dan memiliki tujuan tertentu. Bentuk relasi sosial asosiatif yang terbentuk dapat berupa kerukunan dengan berbagai pihak seperti dengan pedagang, dan pengurus wisata religi serta pengurus paguyuban batik. Contoh kerukunan antar pedagang berupa saling menjaga komunikasi antar sesama, mengikuti kegiatan-kegiatan tertentu untuk menjaga hubungan baik dan kerja sama yang tercipta antara pedagang batik. Sedangkan contoh relasi sosial asosiatif dengan pengurus wisata religi dan pengurus paguyuban batik seperti menjaga hubungan baik dengan menjaga komunikasi dan memperkuat silaturahmi dengan pengurus. Bentuk relasi sosial asosiatif juga terjalin dengan pembeli seperti membentuk hubungan kerjasama dengan pembeli dengan menjadi *reseller*. Sedangkan relasi sosial disosiatif yang terjalin antara pedagang berupa persaingan. Persaingan antara pedagang batik dianggap masih bersifat wajar dan normal dikarenakan tidak saling menjatuhkan satu sama lain. Persaingan antar pedagang memiliki tujuan untuk menggait minat pembeli. Persaingan tersebut berupa kelengkapan jenis barang, pelayanan yang diberikan dan harga yang ditawarkan.

KESIMPULAN

Latar belakang berdagang batik di wisata religi Desa Sapuro Kebulen dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti (1) Faktor Keuntungan, dikarenakan target pasar yang sudah jelas baik dari pengunjung lokal maupun luar kota; (2) Faktor Sosial, dimana profesi berdagang batik merupakan profesi yang bersifat turun temurun dari keluarga dan terdapat pembagian *shift* dalam berdagang; dan (3) Faktor Lingkungan, dipengaruhi oleh jarak rumah yang dekat dengan

lokasi wisata, lokasi berdagang yang dianggap strategis, sarana dan prasarana wisata yang mendukung untuk berdagang serta bebas biaya sewa tempat.

Strategi berdagang yang digunakan oleh pedagang batik yaitu strategi yang bersifat ekonomi dan strategi yang bersifat spiritual. Strategi berdagang yang digunakan seperti (1) Strategi Barang, seperti melengkapi jenis dan variasi barang dagangan, menyediakan barang yang cukup langka, mengikuti tren dan memproduksi barang sendiri; (2) Strategi Pelayanan, seperti menerapkan sikap ramah dan murah senyum saat melayani pembeli; (3) Strategi Harga, seperti menentukan harga sesuai kualitas, memberikan potongan harga dan memperbolehkan tawar menawar; dan (4) Strategi Spiritual, berupa membaca doa terlebih dahulu sebelum berdagang, melantunkan selawat dan melakukan amalan-amalan tertentu seperti bersedekah dengan menyisihkan keuntungan penjualan bagi orang yang membutuhkan.

Pedagang batik memiliki jaringan atau relasi sosial dengan berbagai pihak seperti (1) Relasi dengan pedagang berbentuk relasi asosiatif berupa kerukunan dan kerja sama. Bentuk kerukunan tersebut berupa tolong menolong, bercengkrama dan bersenda gurau sembari menunggu pembeli. Upaya untuk menjaga kerukunan dan hubungan baik tersebut berupa mengadakan kegiatan ziarah dan wisata, senam ibu-ibu, makan siang bersama dan tolong menolong dalam hal kebaikan. Sedangkan relasi sosial disosiatif berbentuk persaingan seperti dalam kelengkapan barang, harga barang dan pelayanan; (2) Relasi dengan pembeli berupa kerjasama menjadi *reseller* batik; (3) Relasi pengurus wisata religi dan pengurus paguyuban batik berupa komunikasi yang baik dan silaturahmi yang terjaga, selain itu adanya keterlibatan pedagang batik dalam pengambilan keputusan peraturan wisata religi; dan (4) Relasi dengan *shohibul maqom* berupa pedagang mengirimkan doa-doa khusus, membacakan surat Yasin, Tahliil, surat-surat pendek Al-Qur'an. Pembacaan doa tersebut sebagai bentuk terima kasih para pedagang kepada *shohibul maqom* karena dengan adanya wisata religi mereka dapat berdagang batik di kawasan wisata religi. Hubungan pedagang batik dengan *shohibul maqom* tersebut yang membedakan pedagang wisata religi dengan pedagang non-religi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2008. Teori Sosiologi Modern: Edisi Keenam. Jakarta: Kencana. Hal. 391-402
- Christine, K. d. 2008. Pokok-Pokok Pengetahuan Hukum Dagang Indonesia. Jakarta: Sinar Grafika.
- Sarwono, S.W., dan Meinarno, E.A. 2009. Psikologi Sosial. Jakarta: Salemba Empat.
- Suranto AW. 2011. Komunikasi Interpersonal. Yogyakarta: Graha Ilmu. Hal.28
- Lewa, Gabriel Sandri Susanto, dkk. 2022. Eksistensi Pedagang Kaki Lima Di Desa Tegal Kertha Kecamatan Denpasar Barat Kota Denpasar. Jurnal Nirwasita: Vol.3 No.2, Hal: 114-125
- Ikram, Amirul, dkk. 2020. Eksistensi Pedagang Kaki Lima di Jalan Arteri Primer Kota Singaraja. Jurnal Jurusan Pendidikan Geografi Vol.8 No.3 Hal. 130-139
- Marzuki, Ismail, dan Fatih Ramdaniah. 2019. Strategi Pemasaran Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam. Iqtishadia: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah Vol.6, No.1 Hal. 54-64
- Rafidah. 2019. Strategi dan Hambatan Pedagang Kaki Lima Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus PKL di Telanaipura Kota Jambi). IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Business: Vol.4 No.2 Hal. 55-69
- Saudah. 2018. Konteksasi Pedagang Pasar Tradisional Dalam Mempertahankan Relasi Sosial dan Komunikasi. Ettisal: Journal of Communication: Vol. 3, No.2, Hal. 131-141
- Nisbatin, dan Gunawan. 2018. Relasi Sosial Pedagang Dalam Pemanfaatan Hutan Sebagai Wana Wisata (Studi Kasus Pedagang Warungan di Hutan Jati Goa Terawang di Desa Kedungwungu, Kecamatan Todanan, Kabupaten Blora). Solidarity: 7(2) 408-420
- Riyanti, Puji. 2013. Relasi Sosial Pedagang Etnis Cina dan Etnis Jawa di Pasar Tradisional. Jurnal Komunitas 5 (1) 53-63
- Hong, Pham Van, and Thanh Thuy Nguyen. 2020. Factors Affecting Marketing Strategy of Logistics Business – Case of Vietnam. The Asian Journal of Shipping and Logistics 36
- Ding, Amy Wenxuan and Shibo Li. 2021. National Response Strategies and Marketing Innovations During the Covid-19 Pandemic. Journal Bussines Horizons Vol. 64 Hal. 295-306
- Muiz. 2018. Mengenang Habib Ahmad Bin Abdullah Bin Thalib Al-Atthas Pekalongan (1). NUOnline. Diakses pada tanggal 12 Februari 2023. <https://www.nu.or.id/fragmen/mengenang-habib-ahmad-bin-abdullah-bin-thalib-al-athas-pekalongan-1-UEI8F>