



KOMODIFIKASI MAKAM DALAM PERSPEKTIF SOSIAL-EKONOMI (Studi Kasus di Makam Sunan Kalijaga Demak)

Siti Komariyah

Komariyah_siti79@yahoo.com ✉

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

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima April 2015

Disetujui Juni 2015

Dipublikasikan Juni 2015

Keywords:

Commodifications, Socio-Economics.

Abstrak

Makam Sunan Kalijaga merupakan salah satu makam penyebar agama islam di tanah Jawa. Perkembangan pariwisata menyebabkan pergeseran fungsi dan nilai makam. Tujuan penelitian dilakukan untuk mengungkap komodifikasi Makam Sunan Kalijaga Demak, dengan masalah penelitian meliputi: (1) bagaimana bentuk komodifikasi, (2) faktor komodifikasi makam, (3) peran masyarakat dalam mendorong komodifikasi, (4) dampak komodifikasi. Tujuan penelitian: mengungkap komodifikasi Makam Sunan Kalijaga. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Lokasi penelitian di Kelurahan Kadilangu, yang berfokus di sepanjang jalan masuk menuju makam. Hasil penelitian diketahui bahwa : (1) adanya komodifikasi makam dengan bentuk sebagai berikut : pedagang baju, souvenir, jasa parkir, kamar mandi, jasa memimpin do'a dan penyedia penginapan, (2) faktor-faktor komodifikasi dilatar belakangi oleh motif ekonomi, perubahan potensi daerah, waktu kerja yang efektif, lokasi usaha strategis, jumlah pengunjung yang tinggi dan pemberian pelayanan kepada pengunjung, (3) masyarakat mendukung terjadinya komodifikasi makam, (4) keberadaan makam membawa dampak positif khususnya dalam bidang sosial-ekonomi.

Abstract

Sunan Kalijaga is one tomb propagator of Islam in Java. Tourism development led to a shift in the function and value of the tomb. The aim of research carried out to reveal the commodification of Sunan Kalijaga Demak, with research issues include: (1) how the form of commodification, (2) factors commodification tomb, (3) the role of the community in encouraging the commodification, (4) the impact of commodification. Objective: to uncover the commodification of Sunan Kalijaga. This study used qualitative methods. The location of research in Sub Kadilangu, which focuses on all the entrance to the tomb. The results reveal that: (1) the existence of the tomb with the commodification of the following forms: merchant clothes, souvenirs, parking services, bathroom, lead prayer services and accommodation providers, (2) factors commodification motivated by economic motives, changes potential of the region, the effective working time, strategic business location, a high number of visitors and the provision of services to visitors, (3) the community supports the commodification of the tomb, (4) the existence of the tomb had a positive impact, especially in the field of socio-economics.

© 2015 Universitas Negeri Semarang

✉ Alamat korespondensi:

Gedung C7 Lantai 1 FIS Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

E-mail: unnessasant@gmail.com

ISSN 2252-7133

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata baru-baru melaju semakin pesat yang berpengaruh pada tingginya jumlah pengunjung dalam mengunjungi suatu destinasi pariwisata. Maju tidaknya destinasi pariwisata tidak terlepas dari cara pemerintah atau pengelola lokasi wisata dalam mengemas wisata yang ada. Ketika jumlah pengunjung semakin tinggi dapat memicu terjadinya perubahan sosial, seperti perubahan fisik lokasi wisata, perubahan mata pencaharian sampai dengan perubahan pola perilaku masyarakat. Perubahan sosial menyangkut berbagai aspek kehidupan seperti struktur, nilai, organisasi dan wewenang, begitupun dengan motif yang mendorong perubahan sosial meliputi motif ekonomi, sosial, politik dan budaya. Perubahan sosial yang terjadi, secara garis besar dilatar belakangi oleh motif-motif krusial seperti motif ekonomi dan motif sosial. Motif ekonomi, mendorong manusia merubah pola perilakunya mengikuti kebutuhan hidup yang ada, dalam artian masyarakat sekarang cenderung mengalami perubahan pola pikir yang diikuti oleh pola perilakunya dengan orientasi pada uang atau *money value*. Selain itu manusia juga cenderung menerapkan nilai maksimalisasi yaitu memanfaatkan potensi yang ada untuk mendapatkan nilai keuntungan.

Majunya pariwisata juga dipengaruhi oleh kapitalisme yang merajai berbagai aspek kehidupan. Kapitalisme secara natural memproduksi komoditas-komoditas baru yang menawarkan keuntungan tinggi. Begitupun dengan masyarakat, masyarakat secara natural mengubah komoditas tidak komersil menjadi komoditas komersil, apapun diubahnya menjadi barang atau komoditas dengan konsumsi pasar yang menawarkan keuntungan besar itulah yang disebut komodifikasi.

Komodifikasi dengan segala bentuknya sejatinya telah terjadi diberbagai bidang kehidupan diantaranya komodifikasi pendidikan, komodifikasi agama, budaya sampai dengan komodifikasi makam. Makam tidak luput dari sasaran kapitalisme, sekitar makam telah diubah oleh masyarakat sekitar menjadi lahan produktif dan bernilai ekonomi tinggi. Makam merupakan tempat bersemayamnya jasad orang yang telah meninggal dunia. Terdapat berbagai tempat pemakaman di Jawa Tengah baik tempat pemakaman umum

sampai dengan tempat pemakaman tokoh masyarakat seperti makam ulama, sesepuh desa dan makam para Walisongo. Makam Walisongo tersebar diberbagai daerah di Jawa Tengah diantaranya di Kudus, Pati dan Demak. Makam Sunan Kalijaga Demak merupakan salah satu makam Walisongo penyebar agama islam di tanah Jawa. Setiap harinya di sekitar makam dilakukan berbagai kegiatan ekonomi seperti berdagang, menyediakan jasa, sampai dengan berdoa.

Komodifikasi mendorong manusia untuk melakukan proses komersialisasi segala bentuk apapun untuk dikomersilkan. Tujuannya adalah untuk memperbaiki keadaan finansial manusia. Komodifikasi bersifat merubah apapun menjadi komoditas atau barang yang dapat dikomersilkan untuk menghasilkan *profit* atau keuntungan. Komodifikasi telah mendorong perubahan pada masyarakat sekitar makam yaitu berubahnya anggapan mereka terhadap fungsi dan nilai makam, dengan berubahnya fungsi dan nilai makam masyarakat mengalami perubahan mata pencaharian. Fungsi normal makam adalah tempat untuk mendoakan orang yang telah meninggal dunia. Yang terjadi, sekitar makam dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai kegiatan ekonomi seperti berdagang dan menyediakan jasa.

Tujuan penelitian ini yaitu mengungkap bagaimana komodifikasi makam terjadi dengan uraian lebih lanjut sebagai berikut : (1) mengungkap bagaimana bentuk-bentuk komodifikasi Makam Sunan Kalijaga Demak, (2) mengetahui faktor-faktor pendorong komodifikasi Makam Sunan Kalijaga Demak, (3) mengetahui peran serta masyarakat sekitar dalam mendorong terjadinya komodifikasi Makam Sunan Kalijaga Demak, (4) mengetahui dampak komodifikasi terhadap perubahan sosial-ekonomi masyarakat sekitar Makam Sunan Kalijaga Demak.

Penelitian ini disusun dengan menggunakan teori komodifikasi dari Vincent Mosco. Mosco (2009) dalam bukunya "*The Political Economy of Communication*" mengatakan bahwa komodifikasi diartikan sebagai transformasi penggunaan nilai yang diubah menjadi nilai yang lain. Dengan menggunakan teori komodifikasi diharapkan dapat mengungkap permasalahan yang menjadi pokok penelitian. Selain menggunakan teori komodifikasi penelitian ini juga menggunakan teori perubahan sosial-

budaya dari Soerjono Soekanto (2006:263) yang mengatakan bahwa perubahan sosial terjadi karena adanya perubahan dalam unsur-unsur yang mempertahankan keseimbangan masyarakat, seperti perubahan dalam unsur geografis, biologis, ekonomis dan kebudayaan.

Diharapkan dengan teori ini mampu menelaah masalah-masalah yang dikaji dalam penelitian. Komodifikasi makam rupanya telah memberikan berbagai dampak dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat sekitar makam, misalnya pada aspek ekonomi, komodifikasi membawa dampak positif yaitu adanya peningkatan pendapatan masyarakat yang mengkomodifikasikan makam. Sedangkan dalam aspek sosial dampak komodifikasi yaitu semakin berkembangnya unsur-unsur kebudayaan masyarakat sekitar makam. Komodifikasi makam telah memperterat tali persaudaraan antar pedagang dan penyedia jasa dengan pengelola makam dan aparat kelurahan. Dengan begitu terlihat bahwa makam seakan dikemas dengan menarik sehingga memiliki nilai sosial-ekonomi yang tinggi.

Berdasarkan masalah di atas, peneliti tertarik untuk mengkajinya lebih dalam tentang komodifikasi makam yang terjadi di Makam Sunan Kalijaga Demak dengan judul "Komodifikasi Makam Dalam Perspektif Sosial-Ekonomi (Studi Kasus di Makam Sunan Kalijaga Demak).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Dipilih menggunakan metode kualitatif karena dalam penelitian ini bermaksud memahami dan mengungkap komodifikasi makam yang terjadi di Makam Sunan Kalijaga Demak. Metode kualitatif berusaha menjelaskan fakta sosial yang terjadi tanpa menambah atau mengurangi suatu peristiwa. Subjek dalam penelitian ini adalah para pedagang dan penyedia jasa di sekitar Makam Sunan Kalijaga, pengelola makam, dan Kelurahan Kadilangu. Sedangkan untuk informan pendukung penelitian terdiri dari, pengunjung makam dan masyarakat Kelurahan Kadilangu.

Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Validitas yang digunakan adalah triangulasi data. Sedangkan untuk teknik analisis data penelitian ini menggunakan 4 cara yaitu

pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan teknik observasi non partisipasi yaitu peneliti tidak langsung terjun dan berperan sebagai subjek penelitian. Peneliti hanya mengamati aktivitas-aktivitas yang terjadi di sekitar Makam Sunan Kalijaga Demak. Terkadang peneliti juga menggunakan teknik partisipan yaitu peneliti berpura-pura menjadi pembeli dan pengguna jasa di sekitar Makam Sunan Kalijaga tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa permasalahan dalam tulisan ini diangkat telah terjawab yaitu:

A. Bentuk-Bentuk Komodifikasi Makam di Makam Sunan Kalijaga Demak

1. Proses Komodifikasi Makam

Komodifikasi bisa diartikan sebagai transformasi hubungan yang mulanya bersih dari perdagangan berubah menjadi hubungan komersil. Makam Sunan Kalijaga merupakan makam salah satu makam penyebar agama Islam ditanah Jawa. Makam tersebut banyak dikunjungi masyarakat dari berbagai pelosok nusantara. Komodifikasi bersifat merubah apapun menjadi komoditas atau barang yang dapat dikomersilkan untuk menghasilkan *profit* atau keuntungan. Komodifikasi makam yang terjadi di sekitar Makam Sunan Kalijaga dapat diartikan sebagai transformasi nilai guna makam menjadi nilai guna lain dengan nilai ekonomis.

Komodifikasi di Makam Sunan Kalijaga telah terjadi sejak tahun 1970. Komodifikasi terjadi tanpa disadari oleh masyarakat sehingga komodifikasi berkembang sebagai kontruksi budaya baru. Bermula dari pedagang dengan jumlah tiga samapai dengan lima orang tetapi seiring dengan perkembangan pariwisata jumlah pedagang mengikuti perkembangannya, tercatat 120 kios terdiri dari pedagang dan penyedia jasa di sepanjang jalan masuk menuju makam. Komodifikasi makam dilatar belakangi oleh tingginya kebutuhan hidup yang mewajibkan manusia untuk memenuhinya, sehingga masyarakat terpaksa mengubah lingkungan materiilnya menjadi lahan dengan nilai guna produkif. Menurut Jhonson (1988:134) Individu atau manusia terpaksa mengubah lingkungan

materiilnya melalui kegiatan produktif untuk dapat bertahan hidup dan memenuhi kebutuhannya.

Komodifikasi dianggap sebagai hal yang wajar dengan berbagai alasan salah satunya adalah adanya anggapan bahwa mendirikan usaha di sekitar makam tujuannya mengais rejeki, dan mencari rejeki merupakan salah satu perintah Tuhan, sehingga sebagian besar masyarakat menganggap bahwa komodifikasi merupakan hal yang legal. Meskipun ada juga sebagian orang kurang setuju dengan keberadaan para pedagang dan penyedia jasa di sekitar makam.

2. Bentuk-bentuk komodifikasi makam

Adapun bentuk-bentuk komodifikasi sebagai berikut:

a. Pedagang baju-baju dan souvenir

Baju dan souvenir yang dijual bukanlah baju dan souvenir biasa. Baju dan souvenir tersebut berkaitan dengan atribut makam misal saja peci dan baju garis ala Sunan Kalijaga, baju bergambar Sunan Kalijaga, keris hingga batu akik. Komodifikasi terjadi karena adanya peniruan benda-benda yang dahulunya sering dipakai oleh Sunan Kalijaga Demak dan terdapat baju-baju dengan gambar wajah Sunan Kalijaga Demak.

b. Penyedia jasa kamar mandi, wudhu dan parkir

Seiring dengan banyaknya pegunjung yang datang di makam, tidak hanya baju dan souvenir yang ditawarkan. Perkembangannya terdapat pula tempat-tempat yang memang tidak termasuk dalam fasilitas makam seperti tempat wudhu, kamar mandi dan juga tempat parkir. Tercatat di sepanjang jalan masuk menuju makam terdapat 8 tempat kamar mandi dan wudhu, 5 tempat penyedia parkir. Kondisi demikian menunjukkan bahwa makam dikemas dengan menghadirkan kenyamanan bagi pengunjung, dengan begitu memperlihatkan bahwa makam seakan dikomersilkan oleh masyarakat sekitar makam untuk mendapatkan keuntungan tinggi.

c. Pedagang oleh-oleh khas

Oleh-oleh khas yang ditawarkan oleh para pedagang di sekitar Makam Sunan Kalijaga antara lain meliputi jenang, kripik, buah-buahan. Buah yang ditawarkan oleh para

pedagang adalah buah khas dari kota Demak seperti jambu dan belimbing Demak.

d. Jasa pemimpin do'a

Jasa memimpin do'a merupakan seseorang yang menawarkan kemampuannya dalam beragama kepada pengunjung makam yang membutuhkan jasanya. Pemimpin do'a di Makam Sunan Kalijaga adalah para *Modin* setempat. Para penyedia jasa di sekitar Makam Sunan Kalijaga berkerjasama dengan pengelola makam. Imbalan yang diberikan kepada pemimpin do'a adalah uang dengan tarif seiklasnya. Biasanya sekitar Rp.30.000,00 sampai dengan Rp. 100.000,00. Jasa pemimpin do'a cukup diminati oleh pengunjung Makam Sunan Kalijaga Demak.

e. Penginapan

Penginapan umumnya digunakan ketika tidak berada bukan pada daerahnya. Penginapan di sekitar Makam Sunan Kalijaga ini berbentuk rumah dengan beberapa kamar didalamnya. Penginapan biasanya disewa dengan sistem satu rumah bukan per-kamar sehingga tarif yang dipasang juga lumayan tinggi berkisar antara Rp.300.000,00-Rp.500.000,00 permalam.

Secara garis besar komodifikasi terjadi dengan menawarkan berbagai fasilitas yang tidak disediakan oleh pengelola makam, dengan dalih memberikan pelayanan kepada penunjung komodifikasi makam terjadi.

Baudrillard (2004) mengatakan bahwa masyarakat sekarang cenderung tidak berdasar lagi pada pertukaran barang material dengan nilai guna yang maksimal. Masyarakat cenderung mengubahnya menjadi komoditas dengan nilai maksimal. Untuk memahami pendapat Baudrillard (2004) sekitar makam telah diubah masyarakat sekitar makam menjadi tempat yang menghasilkan keuntungan tinggi dengan mendirikan komoditas-komoditas didalamnya. Perubahan fungsi dan nilai makam terjadi karena masyarakat sekitar makam menginginkan perubahan dalam kondisi sosial dan kondisi perekonomiannya, sehingga makam dialih fungsikan sebagai tempat dilakukannya kegiatan-kegiatan ekonomi. Manfaat yang didapatkan dari usaha di sekitar makam terlihat jelas, seperti peningkatan pendapatan masyarakat.

B. Faktor-faktor Komodifikasi Makam Sunan Kalijaga Demak.

Perubahan sosial sejatinya terjadi melibatkan beberapa aspek diantaranya pola perilaku masyarakat, kebudayaan masyarakat sampai dengan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh masyarakat. Keseluruhannya tersebut mendorong terjadinya perubahan sosial yang terjadi di masyarakat. Perubahan terlihat melalui berubahnya pola perilaku dan cara hidup masyarakat. Masyarakat sekarang cenderung mengalami perubahan sosial masyarakat dan perubahan fisik masyarakat. Perubahan dilatar belakangi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Motif ekonomi yang tinggi menjadikan masyarakat mengalami matrealisasi yang telah merasuk disegala bidang kehidupan, sebagai dampaknya masyarakat merubah apapun dengan menjadikannya sebagai komoditas atau barang dengan keuntungan tinggi. Adapun faktor penyebab komodifikasi sebagai berikut:

1. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri manusia. Faktor internal komodifikasi makam adalah tingginya kebutuhan hidup disertai dengan motif ekonomi. Harus terpenuhinya segala kebutuhan hidup masyarakat mengharuskan mempunyai cara-cara untuk mempertahankan kehidupannya termasuk mengkomodifikasikan makam.

2. Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang terjadi akibat adanya dorongan dari luar. Adapun faktor eksternal komodifikasi makam yang dilakukan oleh masyarakat sekitar Makam Sunan Kalijaga sebagai berikut:

a. Pergeseran potensi daerah.

Komodifikasi dilatar belakangi oleh pergeseran kondisi geografis. Dari potensi pertanian berubah menjadi lokasi pariwisata akibat keberadaan makam yang semakin memperkenalkan dirinya di mata publik.

Memahami pendapat Soekanto (2006) yang menyebutkan bahwa perubahan sosial terjadi karena adanya perubahan dalam unsur-unsur yang mempertahankan keseimbangan masyarakat, seperti perubahan dalam unsur geografis, biologis ekonomis dan kebudayaan (Soekanto, 2006: 263). Melihat pendapat

Soekanto bahwa perubahan sosial terjadi karena perubahan kondisi kebudayaan, ideologi serta perubahan kondisi geografis. Untuk menganalisis kasus komodifikasi pada Makam Sunan Kalijaga, berubahnya makam menjadi arena komodifikasi dikarenakan perubahan kondisi geografis. Makam seyogjanya bukan tempat dengan potensi wisata, namun seiring perkembangan pariwisata Demak, makam diubahnya sebagai salah satu destinasi pariwisata. Komodifikasi terjadi karena adanya kesempatan yang didukung pula oleh perubahan potensi daerah yang dimiliki. Daerah yang ditempati berubah menjadi lokasi wisata sehingga masyarakat sekitar memanfaatkannya sebagai tempat usaha.

b. Waktu pekerjaan efektif.

Waktu pekerjaan yang tidak terikat oleh jam pekerjaan, seperti waktu kerja yang diterapkan ketika bekerja di PT atau kantor. Waktu kerja lebih fleksibel namun penghasilan yang didapat tetap tinggi.

c. Lokasi usaha strategis

Lokasi usaha lebih strategis dibandingkan dengan lokasi pasar atau di tempat-tempat lain. Lokasi usaha lebih menguntungkan, mengingat tidak adanya batasan waktu dalam membuka usahanya seperti pasar pada umumnya.

Memahami pendapat Abdullah (2006) yang mengatakan bahwa komodifikasi sangat erat dengan sikap matrealisasi manusia. Sama halnya dengan masyarakat sekitar Makam Sunan Kalijaga dengan memanfaatkan keberadaan makam untuk mengais rejeki. Matrealisasi terlihat dari perilaku masyarakat, jika dilihat dari intensitas waktu kerja, matrealisasi terlihat bahwa masyarakat cenderung memilih pekerjaan dengan intensitas waktu kerja lebih sedikit tetapi berpenghasilan banyak. Matrealisasi terjadi akibat dari pola pikir manusia yang semakin maju dan berkembang dan segala sesuatunya berdasar pada uang, masyarakat lebih memilih pekerjaan dengan waktu fleksibel tetapi hasil yang didapatkan lebih besar.

d. Banyaknya pengunjung.

Waktu mengunjungi makam tidak terbatas oleh waktu. Pukul berapapun makam tetap ramai oleh pengunjung sehingga kesempatan

mendapatkan penghasilan lebih sangat mungkin terjadi di sekitar Makam Sunan Kalijaga.

Masyarakat sekitar makam khususnya pemilik tempat usaha memanfaatkan keberadaan pengunjung makam. Semakin ramai pengunjung makam, maka proses komodifikasi dengan menawarkan dagangan dan tempat jasanya semakin terlihat. Sebenarnya matrealisasi tidak hanya terjadi pada masyarakat sekitar makam saja melainkan telah merasuk ke seluruh lapisan masyarakat. Jika melihat kondisi masyarakat sekitar makam, menunjukkan bahwa matrealisasi menjadi salah satu penyebab komodifikasi makam yang dilakukan oleh masyarakat sekitar.

e. Pemberian pelayanan kepada pengunjung.

Komodifikasi diijinkan oleh pengelola makam dan Kelurahan Kadilangu dengan melihat kebutuhan para pengunjung makam. Alasan pemberian pelayanan kepada pengunjung.

Menurut pendapat Gillin dan Gillin (dalam Soekanto, 2006) mengatakan bahwa perubahan sosial sebagai suatu variasi dari cara-cara hidup yang telah diterima, baik karena perubahan kondisi geografis, kebudayaan, materiil komposisi penduduk, ideologi maupun adanya difusi ataupun penemuan-penemuan baru di masyarakat.

Masyarakat sekitar makam telah mengalami perubahan sosial yang menyebabkan terjadi perubahan pola pikir atau pandangan terhadap fungsi dan nilai makam. Perubahan pola pikir disebabkan oleh kondisi daerah yaitu berubahnya fungsi makam menjadi daerah pariwisata. Makam tidak lagi dianggap sebagai sesuatu hal yang sakral tetapi dianggap sebagai sesuatu yang wajar dengan segala kegiatan ekonomi yang melekat didalamnya, apalagi di makam para Walisongo. Komodifikasi telah membentuk konstruksi budaya baru yang mungkin tidak dapat dihilangkan dari masyarakat.

3. Peran Masyarakat Sekitar Makam Sunan Kalijaga Dalam Mendorong Proses Terjadinya Komodifikasi

Masyarakat di Kelurahan Kadilangu telah mengalami perubahan sosial. Pemikiran masyarakat tidak lagi berpandangan pada hal-

hal yang di sakralkan sehingga masyarakat mendukung terjadinya komodifikasi makam secara besar-besaran, meskipun ada pula sebagian kecil masyarakat kurang setuju dengan keberadaan para pedagang dan penyedia jasa. Kontribusi masyarakat dalam mendorong terjadinya komodifikasi adalah turut melakukan pengawasan terhadap ketertiban para pedagang dan penyedia jasa. Selain itu bentuk kontribusi masyarakat dalam mendukung terjadinya komodifikasi adalah ketika para pemilik usaha menggelar acara selamatan di toko atau kios, masyarakat sekitar makam khususnya masyarakat Kelurahan Kadilangu ikut serta dalam acara tersebut. Masyarakat Kadilangu merasa tidak keberatan justru merasa senang ketika diikuti sertakan dalam acara-acara tersebut. Masyarakat telah mengalami perubahan sosial yang berdampak pada perubahan pola pikir masyarakat dari primitif ke arah modern. Seiring perkembangan jaman komodifikasi makam dianggap sebagai suatu hal yang lumrah atau wajar terjadi, mengingat banyak juga terjadi di makam-makam Walisongo lainnya.

Memahami dan menganalisis pendapat Gillin dan Gillin (dalam Soekanto, 2006) mengatakan bahwa perubahan sosial sebagai suatu variasi dari cara-cara hidup yang telah diterima, baik karena perubahan kondisi geografis, kebudayaan, materiil komposisi penduduk, ideologi maupun adanya difusi ataupun penemuan-penemuan baru di masyarakat. Masyarakat sekitar makam telah mengalami perubahan sosial yang berakibat pada berubahnya pandangan terhadap fungsi dan nilai makam. Makam tidak lagi dianggap sebagai sesuatu hal yang sakral tetapi dianggap sebagai sesuatu yang wajar dengan kegiatan ekonomi yang melekat didalamnya, apalagi di makam para Walisongo. Tidak heran sehingga komodifikasi makam sangat sulit dihilangkan dari masyarakat.

4. Dampak Komodifikasi Makam Terhadap Perubahan Sosial-Ekonomi

Dampak dari komodifikasi telah banyak dirasakan oleh masyarakat sekitar makam, khususnya mereka yang memanfaatkan makam sebagai lahan untuk mengais rejeki. Dampak

yang menjadi fokus sasaran adalah dampak dalam kehidupan sosial-ekonomi. Adapun dampaknya sebagai berikut:

1. Bidang sosial

Masyarakat pada dasarnya adalah makhluk sosial, dimana mereka saling membutuhkan satu sama lainnya. Dalam bidang sosial, dampak yang dirasakan antara lain adalah pedagang dan penyedia jasa berkesempatan mengetahui bagaimana logat, bahasa, pengunjung makam, selain itu mereka juga dapat mengetahui ciri khas masing-masing pengunjung makam mengingat pengunjung makam datang dari berbagai kalangan masyarakat dari pelosok nusantara sehingga unsur-unsur kebudayaan masyarakat sekitar makam semakin berkembang

Melihat realitas yang ada maka untuk menganalisis dan memahami pendapat Gillin dan Gillin (dalam Soekanto, 2006) tentang perubahan sosial terkait pada kondisi geografis, kebudayaan serta ekonomi. Perubahan yang terjadi pada masyarakat sekitar makam terkait dengan kebudayaan materiil. Kebudayaan sejatinya tercipta dari perilaku sosial yang terus menerus dilakukan oleh masyarakat. Itu pula yang terjadi pada kasus komodifikasi Makam Sunan Kalijaga, komodifikasi tercipta karena perilaku masyarakat dalam mengemas dan menawarkan dagangan dan jasanya secara terus menerus hingga membudaya dan terciptalah sebagai suatu kewajaran. Apalagi kewajaran itu didukung oleh sikap masyarakat sekitar, pengelola makam dan juga kelurahan secara bersama-sama membuat komodifikasi makam berjalan dengan langgeng.

2. Bidang ekonomi

Dalam aspek ekonomi, terjadi perubahan pendapatan masyarakat sekitar. Pendapatan setiap bulannya mencapai Rp.15.000.000,00 dengan pendapatan bersih mencapai Rp.8.000.000,00-Rp.10.000.000,00 dari penghasilan dengan kategori tinggi, berbagai keuntungan telah didapatkan dari hasil usaha di sekitar makam seperti membeli kendaraan pribadi seperti motor, mobil, membangun rumah, melakukan ibadah haji dan menyekolahkan anak dari hasil usaha di sekitar makam.

Komodifikasi makam menjadi jalan atas permasalahan perekonomian pedagang dan

penyedia jasa di sekitar makam. Komodifikasi makam secara umum telah memberi banyak keuntungan bagi masyarakat. Masyarakat terlihat menikmati hasil yang didapat dari hasil mendirikan usaha di sekitar makam.

Untuk menganalisis serta memahami pendapat Gillin dan Gillin (dalam Soekanto:2006) tentang perubahan sosial terkait pada kondisi geografis, kebudayaan serta ekonomi. Keberadaan Makam Sunan Kalijaga Demak merupakan tonggak perubahan kesejahteraan masyarakat sekitar makam. Perubahan sejatinya merupakan proses sosial yang mengarah pada tahap primitif dan bergerak menuju tahap perkembangan ke arah sempurna, dari keadaan sederhana hingga kompleks. Adapun tahapan perkembangan yang dilakukan masyarakat guna mencapai perubahan sosial menurut (Harton, 1984:209) sebagai berikut:

a. Tahap Teologis : Tahap ini merupakan masyarakat diarahkan oleh nilai-nilai yang alami (supernatural). Ini sama halnya dengan masyarakat sekitar makam sebelum makam berubah menjadi lahan bernilai ekonomi. Masyarakat pada awalnya cenderung memanfaatkan lahan yang seharusnya dimanfaatkan, contohnya sawah.

b. Tahap Metafisik : Tahap peralihan dimana kepercayaan terhadap unsur adikodrati digeser oleh prinsip-prinsip abstrak yang berperan sebagai dasar perkembangan budaya. Hal tersebut sama dengan masyarakat sekitar makam yang merubah area makam menjadi lahan untuk berkegiatan ekonomis. Hal-hal yang dianggap *sacral* atau adikodrati tergeser oleh kepentingan-kepentingan tertentu.

c. Tahap Positif : Tahap di mana masyarakat diarahkan oleh kenyataan yang didukung oleh prinsip-prinsip ilmu pengetahuan.

Keberadaan Makam Sunan Kalijaga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar yaitu makam berfungsi sebagai penggerak roda perekonomian masyarakat di Kelurahan Kadilangu. Terkait dengan perubahan yang terjadi pada masyarakat sekitar makam dalam mengkomodifikasikan makam, perubahan sosial-ekonomi terlihat dari peningkatan pendapatan masyarakat yang mengkomodifikasikan makam.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan penelitian yang telah dideskripsikan, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

1. Komodifikasi makam terjadi di Makam Sunan Kalijaga Demak. Bentuk-bentuk komodifikasi antara lain: adanya pedagang seperti oleh-oleh khas, souvenir dan baju. Selain itu juga terdapat tempat penyedia jasa seperti kamar mandi, wudhu, parkir, penginapan sampai dengan jasa memimpin do'a.
2. Faktor-faktor yang melatar belakangi komodifikasi makam terbagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal komodifikasi makam diakibatkan oleh motif ekonomi. Sedangkan faktor eksternal antara lain perubahan potensi daerah, lokasi usaha strategis, jam kerja fleksibel, serta pemberian pelayanan kepada pengunjung.
3. Melihat penyedia jasa dan pedagang mayoritas berasal dari masyarakat Kelurahan Kadilangu sehingga peran masyarakat dalam mendukung terjadinya komodifikasi cukup nyata, kontribusi masyarakat (komunitas pedagang) adalah mentaati peraturan dan menjaga ketertiban sehingga tercipta keindahan dan kerapian di sekitar makam tersebut. Sedangkan kontribusi masyarakat Kadilangu diluar komunitas pedagang yaitu melakukan pengawasan terhadap pedagang dan penyedia jasa agar sekitar makam tetap terlihat harmonis.
4. Komodifikasi makam membawa berbagai dampak, seperti dampak perubahan sosial-ekonomi. Perubahan sosial pada masyarakat sekitar makam terlihat dari bertambahnya jumlah kerabat, selain itu pemilik usaha berkesempatan untuk mengenali ragam, ciri dan bahasa para pengunjung makam. Sedangkan perubahan dalam bidang ekonomi, terlihat dari meningkatnya kualitas ekonomi para pemilik usaha, hal tersebut teridentifikasi melalui toko yang semakin bagus, jumlah dagangan semakin bervariasi, tingkat pendidikan anak tinggi sampai dengan status sosial sebagai haji dan hajjah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyusunan artikel ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang turut mendukung, membimbing dan bekerja sama sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu dalam

kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Pemerintah Kelurahan Kadilangu yang telah berkenan memberikan izin penelitian kepada penulis, sehingga dapat melaksanakan penelitian dan penyusunan artikel dengan baik.
2. Pengelola makam yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di sekitar Makam Sunan Kalijaga Demak.
3. Para pedagang, penyedia jasa, pengunjung makam dan masyarakat sekitar atas pertisipasinya artikel ini dapat selesai dengan baik.
4. Semua pihak yang telah membantu dalam penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT. Akhir kata, semoga artikel ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Baudrillard, Jean P. 2004. *Masyarakat Konsumsi. Di terjemahkan oleh: Wayunto*. Yogyakarta: Kreasi wacana.
- Harton, Paul B dan Chester L, Hunt.1984. *Sosiologi jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Jhonson, Doyle Paul.1988. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*. Jakarta: PT. Gramedia
- Koenjaraningrat.2002. *Pengantar antropologi II*. Jakarta : Rineka Cipta
- Mosco, Vincent .2009. *The Political Economy of Communication (Second Edition)*. London : Sage Publications Ltd.
- Soekanto, Soerjono. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.