

**Pemberdayaan Desa Melalui Wisata Religi dan UMKM Berbasis Kearifan Lokal
Desa Kajeksan Sidoarjo**

**Village Empowerment Through Religious Tourism and Local Wisdom-Based
MSMEs in Kajeksan Village, Sidoarjo**

Siti Mahmudah¹, Ratna Ekasari², Nikma Yucha³, Ega Maydarma⁴, Shellyna
Rachmantika⁵

Universitas Maarif Hasyim Latif

e-mail: siti_mahmudah@dosen.umaha.ac.id , ratna_ekasari@dosen.umaha.ac.id ,
nikma@dosen.umaha.ac.id , ega@student.umaha.ac.id, shellyna@student.umaha.ac.id

Abstrak: Kajeksan adalah Desa berpotensi besar terdapat makam keramat Mbah Jekso dan Mbah Djaelani keduanya adalah tokoh agama Islam yang pertama kali menyebarkan Islam di Kejaksan. Wisata religi bukan hanya sekedar kegiatan spiritual, tetapi juga potensi ekonomi lokal yang bisa mendorong aktivitas ekonomi disekitar. Salah satu bentuk Ekonomi rakyat adalah UMKM, desa Kajeksan kaya akan UMKM yang berkearifan lokal disaat jajanan lokal diserbu kue olahan seperti roti, contohnya Gempo Gulung, Sego Lento, Nasi Goreng Arang, Rempeyek, Kue Basah, Kerupuk Mawar semua diolah secara tradisional dan pemasaran yang terbatas. Spiritualitas dan budaya ziarah memperkuat social capital, silaturahmi atau hormat kepada leluhur, zikir bersama, gotong royong dan dukungan ekonomi warga

Kata kunci: Kajeksan, UMKM, Kearifan lokal.

Abstract: Kajeksan is a village with significant potential, home to the sacred tombs of Mbah Jekso and Mbah Djaelani, both Islamic figures who first spread Islam in Kajeksan. Religious tourism is not only a spiritual activity but also a local economic potential that can stimulate surrounding economic activity. One form of the people's economy is MSMEs. Kajeksan village is rich in MSMEs with local wisdom. While local snacks are being overtaken by processed cakes like bread, examples include Gempo Gulung (rolled rice), Sego Lento (seeded rice), Nasi Goreng Arang (charcoal fried rice), Rempeyek (rempeyek), Kue Basah (wet cake), Kerupuk Mawar (rose crackers), all traditionally prepared with limited marketing. Spirituality and the culture of pilgrimage strengthen social capital, fostering respect for ancestors, fostering communal remembrance (zikir), mutual cooperation, and supporting the local economy.

Keywords: Kajeksan, MSMEs, Local Wisdom.

A. Pendahuluan

Kajeksan desa di wilayah Kecamatan Tulangan Kabupaten Sidoarjo yang beriklim tropis, indah, udara sejuk hamparan sawah luas ditanami padi, tembakau, tebu dan sebagainya. Desa ini terdiri dari dua dusun, yaitu Dusun Kajeksan dan Dusun Godekan mempunyai letak geografis pada koordinat sekitar 7⁰28` Lintang Selatan dan 112<sup>0</sup>41` Bujur Timur dengan jumlah penduduk mencapai sekitar 2.586 jiwa tersebar di dua dusun tersebut. Mata pencaharian masyarakat terutama sebagai petani, pedagang, pegawai, guru, dan buruh pabrik. Kajeksan memiliki potensi yang sangat besar diantaranya terdapat makam keramat Mbah Jekso dan Mbah Djaelani yang belum dikelola secara optimal. , UMKM yang beragam sesuai kearifan lokal masyarakat setempat. Beberapa penulis (<https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-5264105/makam-mbah-jaelani-di-sidoarjo-yang-tak-pernah-sepi-peziarah>) mengakui bahwa makam Mbah Djaelani tidak pernah sepi pengunjung artinya peziarah berkunjung dari seluruh Jawa Timur. Tetapi ada satu makam lagi yang belum terekspos yaitu makam Mbah Jekso beliau adalah orang yang pertama kali memberi nama Kajeksan (<https://jurnalpantura.id/jaksa-tersohor-era-sunan-kudus-jadi-tonggak-sejarah-kelurahan-kajeksan/>). Sejarah Kajeksan diambil dari nama seorang tokoh yang hidup di zaman Sunan Kudus yaitu Sayyid Ainul Haq yang mahir ilmu Fiqih sehingga dijuluki mbah Jekso karena pekerjaan sehari-hari menjadi Jaksa atau Qodli di Kadipaten Kudus. Cerita tentang Mbah Jekso sampai ke desa Kajeksan Tulangan belum banyak yang diketahui karena minimnya informasi tentang sejarah beliau. Makam Mbah Jekso berada di wilayah Kajeksan dan Singopadu yang saling berdampingan. Selain itu terdapat Makam Waliyullah Mbah Djaelani seorang sesepuh desa dan tokoh syiar Islam yang menyebarkan nilai keislaman dikawasan Sidoarjo dan sekitarnya (<https://www.detik.com/jatim/budaya/d-7456882/mengenal-mbah-jaelani-sesepuh-yang-babat-alas-desa-kajeksan-sidoarjo>). Mbah Djaelani memiliki karomah dan keistimewaan diantaranya wiridan di bambu, Bambu penjemur pakaian, tidak kehujanan, mencabut kacang hasil pertanian. Nama asli Mbah Djaelani adalah Karbi seperti yang diceritakan sesepuh penjaga makam Mbah Djaelani. . Nama "Djaelani" baru beliau terima setelah menimba ilmu di Pondok Pesantren Siwalanpanji (Al-Hamdaniyyah) di Buduran, Sidoarjo. Nama "Karbi" sendiri diberikan oleh orang tuanya sejak lahir. Beliau anak keempat dari lima bersaudara. Nama ayahnya tidak diketahui sedangkan ibunya disebut

Mbah Kamirah. Mbah Djaelani juga memiliki lima saudara dan mbah Djaelani anak keempat. Ke-lima saudara ini diawali dengan nama kalimat Kar, yaitu Karno, Karimah, Karmin, Karbi (Mbah Jaelani) dan Karminah. Menurut penuturan dari Abah Yasin selaku ketua kepengurusan makam Mbah Djaelani. Silsilah Mbah Djaelani hingga kini sulit untuk diungkapkan karena terputus. Sesuai informasi Jadi disini penulis membuat silsilah keluarga Mbah Djaelani sesuai dengan data yang penulis temukan di lapangan. Saat ini makam Mbah Djaelani ramai dikunjungi peziarah dari Sidoarjo dan luar Sidoarjo, Surabaya, Pasuruan, Bangil dan sebagainya. Makam Mbah Djaelani dikelola oleh sebuah Yayasan keluarga dibawah pimpinan Abah Yasin tujuannya agar sejarah tentang Kajeksan dan Makam Mbah Djaelani tidak musnah dan hilang begitu saja. Selain wisata religi Waliyullah makam Mbah Jekso dan Mbah Djaelani, Desa Kajeksan mempunyai potensi ekonomi yang tinggi yaitu UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang mengelola usaha rumahan tapi beromset jutaan. Diantaranya UMKM Gempo, Peyek. Sego Lento, Kerupuk Mawar, Nasi Goreng Arang, Kue Basah, Frozen Food, Jamu Angger Waras, Pondok Rehabilitasi Narkoba (YPP Al Kholiqi), Pondok Pesantren Darun Najah, Percetakan dan usaha rumahan lainnya yang belum dikelola secara maksimal sehingga masih belum ada promosi produk lokal tersebut ke berbagai daerah Sidoarjo dan sekitarnya. UMKM yang memproduksi Produk lokal harus dikembangkan meliputi perijinan, sertifikat halal, PIRT, BPOM agar menjadi produk lokal yang mempunyai daya saing sampai di Jawa Timur. Mengapa UMKM harus dikembangkan ditengah keberadaan wisata religi karena setiap orang berziarah selain berdoa mendapatkan barokah pasti waktu kembali ke rumah membawa buah tangan atau oleh-oleh khas daerah bersangkutan secara tidak langsung, pengunjung ini menjadi promosi produk yang kita hasilkan baik makanan, minuman, pakaian, kerajinan, jajanan, kesenian, kegiatan rutin yang menjadi daya Tarik bagi peziarah atau wisatawan dalam negeri. Tujuannya agar desa Kajeksan dikenal oleh masyarakat luas sehingga investasi akan masuk ke desa bisa dikelola desa untuk menjadi desa mandiri. Penelitian sebelumnya lebih focus keberadaan makam Mbah Djaelani di desa Kajeksan, sedangkan potensi UMKM desa Kajeksan belum digali sama sekali. Berdasarkan latar belakang diatas penulis menyajikan laporan Pengabdian Masyarakat dengan Judul Pemberdayaan Desa Melalui Wisata Religi dan UMKM Berbasis Kearifan Lokal Desa Kajeksan Sidoarjo



Gambar 1. makam mbah jaelani



Gambar 2. makam mbah jekso sesepuh desa

B. Metode

Jenis penelitian Kualitatif Etnografi yaitu penelitian ini mempelajari budaya, kebiasaan, interaksi sosial dan cara hidup suatu kelompok dengan cara terlibat langsung dan melakukan observasi mendalam. Waktu dan tempat penelitian dilakukan selama 2 bulan tepatnya tanggal 2 Agustus sampai 30 September 2025 di desa Kajeksan Sidoarjo. Target atau sasaran adalah pengurus Yayasan Pengelola Makam Mbah Djaelani, Pemerintah Desa, Masyarakat serta pemilik UMKM yang ada di desa Kajeksan. Prosedur penelitian dimulai dari wawancara pengurus Yayasan Pengelola Makam Mbah Djaelani yang menceritakan asal usul Mbah Djaelani, kegiatan rutin keagamaan di Kajeksan, Budaya Masyarakat waktu Haul Mbah Djaelani dan lain-lain. Sedangkan makam Mbah Jekso menurut informasi pemerintah desa dan tokoh agama setempat cerita tentang Mbah jekso tidak banyak dan tidak ada keturunan beliau. Untuk data UMKM penulis beserta tim wawancara langsung kepada pelaku usaha, dicatat jenis usaha, omset, perijinan dan foto produknya. Teknik analisa data sesuai dengan kondisi

sebenarnya karena UMKM yang ada di desa Kajeksan lebih banyak dibuat berdasarkan pesanan.

Jika artikel berupa kajian, maka penulis dapat menjelaskan metode yang digunakan untuk memperoleh bahan kajian dan cara menganalisisnya. Dalam subbab ini tidak perlu dijelaskan secara rinci metode yang digunakan, cukup dijelaskan metode ringkas sehingga metode yang digunakan mudah dipahami.

C. Hasil dan Pembahasan

Pengelolaan Wisata Religi di desa Kajeksan belum maksimal untuk itu penulis mencoba membuka jalan melalui pembuatan sejarah digital tentang makam Mbah Djaelani, sedangkan Makam Mbah Jekso dilakukan pengecatan ulang agar terlihat rapi bersih karena sering dikunjungi peziarah. Selain itu dibuat souvenir berupa gantungan kunci bergambar makam Mbah Djaelani agar peziarah mempunyai kenangan yang dibawa pulang setelah berziarah. Untuk UMKM dilakukan sosialisasi terkait perijinan, digital marketing, pembukuan sederhana, agar produk yang dihasilkan dan dijual tidak perlu diragukan baik kebersihan, halalnya, kemasannya dibuat semenarik mungkin. Selain itu diberikan sosialisasi tentang aplikasi canva agar UMKM bisa membuat branding produk dengan lebih baik dan menarik. Menurut informasi pemerintah desa setiap minggu terdapat acara seperti car free day UMKM bisa berjualan dari makanan, minuman, pakaian, handicraft buatan lokal dari desa setempat di jual disekitar makam Mbah Djaelani, kegiatan ini bisa menjadi awal bangkitnya ekonomi desa jumlah peziarah bertambah dan penghasilan UMKM bertambah meskipun waktunya tidak hanya beberapa jam saja. Bisa juga waktu terjadi acara Haul Mbah Djaelani yaitu pada bulan Sya'ban atau Ruwah (Kalender Hijriyah).



Gambar 3. Kegiatan pendampingan pemberdayaan perempuan

D. Simpulan

Ziarah makam religi sudah mendarah daging masyarakat Indonesia terutama Jawa, setiap melakukan ziarah pasti akan membawa buah tangan atau oleh-oleh dari daerah setempat bisa makanan,handicraft,minuman,pakaian dan lain-lain sebagai promosi secara tidak langsung kepada masyarakat lainnya.

Daftar Rujukan

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. (2014). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015–2019*. Jakarta: Bappenas.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Departemen Pariwisata Republik Indonesia. (2016). *Pengembangan wisata religi di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pariwisata RI.
- Gunawan, A. (2018). Pemberdayaan ekonomi lokal melalui UMKM. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(3), 45–57.
- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Republik Indonesia. (2019). *Pedoman pengembangan ekonomi desa berbasis kearifan lokal*. Jakarta: Kemendes PDTT.
- Mulyadi, D., & Nugroho, S. (2020). Strategi pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan wisata religi di kawasan pedesaan. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 15(2), 120–130.
- Nawawi, H. (2015). *Metodologi penelitian partisipatif untuk pengabdian masyarakat*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Putra, I. N. D. (2017). *Pariwisata berbasis masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Rahman, A., & Hidayat, M. (2021). Peran kearifan lokal dalam pengembangan desa wisata. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 9(2), 55–68.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono, A. (2021). Peranan UMKM dalam pemberdayaan ekonomi desa. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 9(1), 28–39.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi pemasaran dan pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa.
- Wijaya, R. (2019). Kearifan lokal sebagai modal sosial pemberdayaan desa wisata. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 8(1), 90–104.
- Yuliani, N., & Setiawan, T. (2022). Pengembangan UMKM berbasis potensi lokal desa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(4), 75–89