

Implementasi Sisi Penawaran Pariwisata Kreatif di Kampung Seni dan Budaya Jelekong

Riza Taufiq¹ Ersy Ervina²,
Telkom University
riza@tass.telkomuniversity.ac.id¹
ersy@tass.telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK

Pariwisata Kreatif tidak hanya fokus pada pengembangan sumber daya yang telah ada/warisan yang sudah menjadi turun temurun, tetapi juga dilakukan pengembangan pengetahuan dan keterampilan budaya untuk mengembangkan potensi kreatif di masa yang akan datang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi gambaran umum kepariwisataan di Kampung Seni dan Budaya Jelekong, sehingga dapat dianalisis faktor permintaan dan penawarannya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan unit analisis berdasarkan konsep *creative tourism business model* yang mencakup faktor penawaran dan faktor permintaan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei baik survei data primer maupun survei data sekunder. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara. Sedangkan teknik pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi literatur. Analisis data menggunakan metode analisis isi dan analisis kualitatif deskriptif. Analisis ini digunakan sebagai metode dalam penelitian karena mempertimbangkan bentuk data dan informasi yang dikumpulkan dalam bentuk wawancara, survei dan dokumen resmi yang membutuhkan teknik untuk memahami dan menginterpretasikan data. Teridentifikasinya gambaran umum kepariwisataan di Kampung Seni dan Budaya Jelekong dapat membantu dalam pengolaan *creativepreneur tourism*. Selain itu faktor penunjang atau faktor penawaran menjadi daya tarik utama dalam membangun Kampung Seni dan Budaya Jelekong.

Kata kunci : Pariwisata Kreatif, Jelekong, Warisan Budaya,

Pendahuluan

Penekanan pariwisata kreatif tidak hanya pada sumber daya masa lalu, tetapi pada penggunaan kontemporer pengetahuan dan keterampilan budaya untuk mengembangkan potensi kreatif masa depan. Sumber daya kreatif, tidak seperti sumber daya warisan, dapat diperbarui. Melalui pariwisata kreatif kita tidak hanya berbagi pengetahuan dan keterampilan,

tetapi kreativitas dapat diterapkan untuk mengembangkan pengetahuan dan keterampilan baru, untuk berinovasi dan mengembangkan potensi budaya. Pariwisata kreatif mempromosikan kepemilikan lokal karena kreativitas berakar di tempatnya. Tetapi penting juga untuk mengenali bahwa kreativitas itu dinamis dan mungkin berakar dalam konteks lokal, tetapi ini tidak meniadakan kemungkinan perubahan, karena dapat

memberi orang-orang keterampilan baru dan ide-ide baru. Kita harus berpikir bukan hanya dalam hal inovasi pariwisata, tetapi dalam hal mengubah tempat, mengubah orang dan mengubah pikiran.

Creativepreneur merupakan gabungan dari dua kata yaitu *creative* dan *entrepreneur* yang memiliki arti pelaku usaha yang kreatif. *Entrepreneur* adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan (Kasmir, 2006). Sementara *entrepreneurship* merupakan proses penciptaan nilai yang berbeda menggunakan variabel usaha dan waktu (Shohib, 2013). *Entrepreneurship* dapat diartikan pula kemampuan dan kemauan dari seseorang untuk mengambil resiko melalui investasi dan memanfaatkan waktu dan dana dalam menjalankan usaha (Suryana, 2003). Pelaku usaha kreatif dengan pariwisata memiliki keterkaitan sangat erat. Pariwisata kreatif melihat kreativitas sebagai sumber daya dan menyediakan kesempatan baru untuk memenuhi pengembangan kepentingan wisatawan. Pariwisata kreatif dapat meliputi wisatawan yang berlatar belakang bisnis kreatif seperti seniman, desainer, produsen perdagangan, organisasi atau jaringan produk kreatif, pelajar dan masyarakat yang termotivasi oleh adanya transfer pengetahuan ekonomi atau peremajaan perkotaan (Kostopoulou, 2013). Pariwisata kreatif harus dikaitkan dengan budaya, atraksi budaya yang khusus dan unik dari masing-masing daerah tujuan wisata, demikian pula dengan produk industri kreatif lokal yang khas dan unik melalui unsur-unsur identitas lokal.

Creativepreneur tourism memberikan hak kepada wisatawan untuk belajar tentang lingkungan di sekelilingnya dan menerapkan pengetahuan yang didapatkan untuk mengembangkan keterampilan diri (Richards & Wilson, 2006) dalam bentuk model dari pariwisata kreatif menurut (Ohridska-Olson & Ivanov, 2010) terdapat lima elemen utama dalam pariwisata kreatif yaitu permintaan, penawaran, manfaat nyata, manfaat tidak nyata dan manfaat finansial bagi daerah tujuan wisata. *Creative business model* (Ohridska-Olson, 2010) ini bersumber dari ketertarikan wisatawan ke destinasi. Model ini juga berasal dari pengembangan komunitas kreatif dengan menstimulasi kreatif industri dari luar, dan lokal ekonomi dapat peningkatan dari wisatawan. *Creative business model* (Ohridska-Olson, 2010) memiliki inti bersumber dari ketertarikan wisatawan ke destinasi. Model ini juga berasal dari pengembangan komunitas kreatif dengan menstimulasi kreatif industri dari luar, dan lokal ekonomi dapat peningkatan dari wisatawan. Berikut indikator *creative tourism business* yang meliputi: faktor permintaan, faktor penawaran, manfaat berwujud, manfaat tidak berwujud, dan pengelolaan finansial destinasi.

Kampung Seni dan Budaya Jelekong merupakan kawasan bagi para seniman, termasuk pelukis, sejak puluhan tahun silam Jelekong dikenal kampung para seniman. Karena tidak hanya lukisan di Jelekong juga terdapat seni tradisi lainnya seperti Wayang Golek. Secara administratif

Kampung Seni dan Budaya Jelekong berada di Kelurahan Jelekong, Kecamatan Baleendah, Kabupaten Bandung atau 15 km dari pusat Kota Bandung. Keahlian penduduk Jelekong sebagai dalang dan pelukis diwariskan secara turun temurun. Kampung Seni dan Budaya Jelekong telah lama industri kreatif berbasis kebudayaan. Berdasarkan pengalaman tersebut, Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung memberikan predikat Desa Wisata melalui Surat Keputusan Bupati Bandung nomor 556.42/kop.71-DISPOPAPAR/2011 tentang Penetapan Desa Wisata Wilayah Kabupaten Bandung. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi aspek kepariwisataan dan sisi penawaran wisata kreatif di Kampung Seni dan Budaya Jelekong.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode analisis deskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran umum kepariwisataan di Kampung Seni dan Budaya Jelekong serta dilakukan dengan cara mengkaji kondisi, proses, karakteristik, hasil dari suatu variabel yang sebelumnya belum diketahui dengan membandingkan pada kriteria *creative tourism business model* (Ohridska-Olson & Ivanov,2010). Objek yang diteliti adalah situasi lingkungan industri pariwisata

kreatif serta lingkungan eksternal maupun internal yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan penelitian dan penyusunan pengembangan pariwisata kreatif yaitu dengan meninjau keragaman budaya berdasarkan aspek pasar, keunggulan bersaing dan ekonomi. Variable dari *creative tourism business* menjadi unit pada penelitian ini. Terdapat 2 variable utama dalam mengidentifikasi kepariwisataan, pelaku usaha, dan industri kreatif di Kampung Seni dan Budaya Jelekong, mencakup faktor permintaan dan penawaran (Tabel 1).

Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei baik survei data primer maupun survei data sekunder. Metode survei merupakan metode yang bertujuan untuk mengumpulkan data dari sejumlah variable pada suatu kelompok masyarakat melalui wawancara langsung dan berpedoman terhadap pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara. Sedangkan teknik pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi literatur.

Tabel 1 Variable penelitian wisata kreatif di Kampung Seni dan Budaya Jelekong,

adaptasi berdasarkan Ohridska-Olson dan Ivanov, 2010.

Variabel	Faktor permintaan	Faktor penawaran
Indikator	<ol style="list-style-type: none"> 1. Partisipasi dalam kebudayaan 2. Kreativitas 3. Inovasi 4. Pelestarian kebudayaan 5. Keaslian 6. Interaksi 7. Pembelajaran budaya dan wisata 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelaku industri kreatif 2. Kedudukan dan keunikan seni/ budaya, dan kerajinan lokal yang ditawarkan 3. Infrastruktur dan akomodasi penunjang

Analisis data menggunakan metode analisis isi dan analisis kualitatif deskriptif. Analisis ini digunakan sebagai metode dalam penelitian karena mempertimbangkan bentuk data dan informasi yang dikumpulkan dalam bentuk wawancara, survei dan dokumen resmi yang membutuhkan teknik untuk memahami dan menginterpretasikan data. Metode deskriptif yang digunakan saat ini adalah deskripsi analisis.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Mengacu kepada Peraturan Bupati Kabupaten Bandung nomor 556.42/kop.71-DISPOP/2011 tentang penetapan 10 Desa Wisata di Wilayah Kabupaten Bandung yang diklasifikasikan berdasarkan tema pengembangannya, mencakup agrowisata (Desa Alamendah, Desa Gambung, Desa Panundaan, Desa Ciburial, Desa Laksana, dan Desa

Rawabogo), kerajinan tangan (Desa Lebakmuncang), wisata minat khusus (Desa Lamajang), dan Seni Budaya (Desa Jelekong dan Desa Cinunuk). Arahan perturan Bupati Kabupaten Bandung yang mengarahkan Kampung Seni dan Budaya Jelekong sebagai desa wisata seni dan budaya tidak lepas dari nilai industri kreatif yang menjadi sumber daya saing pariwisata dari desa wisata lainnya di Kota Bandung.

Jelekong berasal dari kata *jelek* dan *kong*, hal tersebut mengacu kepada hasil wawancara dengan salah satu ketua kelompok penggerak pariwisata (Kompepar) Giriharja. Istilah Jelekong muncul dari warga setempat yang memiliki arti bahwa terdapat seorang pengusaha kanji (tepung) yang berasal dari Cina, pengusaha kanji tersebut memiliki karakter berpindah-pindah tempat sehingga oleh warga setempat disebut *jluk-jelek* yang artinya suka berpindah-pindah tempat. Sementara istilah *kong* didapatkan dari panggilan warga setempat terhadap pengusaha kaji dari Cina. Berdasarkan sumber tersebut, istilah Jelekong memiliki arti bahwa terdapat pengusaha kanji dari negara Cina yang suka berpindah-pindah tempat. Adanya kesenian dan budaya yang melekat di Jelekong diawali dengan upaya seorang tokoh yang bernama Abah Sunarya, selaku tokoh dan orang pertama yang memainkan wayang di Jelekong pada tahun 1930-an awalnya belajar bermain diluar Jelekong. Keahlian memainkan seni wayang tersebut diteruskan keturunannya, budaya tersebut hingga saat ini dilestarikan oleh anak dan cucunya. Selain Abah Sunarya, terdapat beberapa tokoh lainnya yang berasal dan ikut memajukan seni dan

budaya Jelekong, khususnya bagi keturunan Abah Sunarya, diantaranya Ade Kosasih Sunarya, Asep Sunandara Sunarya, Egan Sunagar Sunarya, Iden Subasrana Sunarya, Agus Muharam Supangkat Sunarya, Deden Ade Kosasih Sunarya, Oza Kosasih Sunarya, Adhi Kothea Kosasih Sunarya, Kanha Ade Kosasih Sunarya, dan Dadan Sunandar Sunarya. Bagi masyarakat Jawa Barat, Jelekong (Giriharja) menjadi tolak ukur seni perwayangan, sebagian besar pelaku seni dan budaya di Indonesia, sudah tahu akan keberadaan Giriharja yang didirikan oleh Abah Sunarya.

Selain seni wayang, Jelekong saat ini memiliki daya tarik wisata lainnya, diantaranya seni melukis. Adanya seni lukis menjadikan Jelekong memiliki daya saing dari desa-desa wisata lainnya. Lebih lanjut, daya tarik wisata di Kampung Seni dan Budaya Jelekong berbasiskan budaya dan buatan manusia.

Identifikasi sisi penawaran *creativepreneur tourism* di Kampung seni dan Budaya Jelekong diklasifikasikan menjadi tiga aspek yang mencakup pelaku industri kreatif; kedudukan dan keunikan seni, budaya, dan kerajinan setempat yang ditawarkan; dan infrastruktur penunjang. Pelaku industri kreatif di Kampung Seni dan Budaya Jelekong menjadi salah satu aspek yang penting dalam terselenggaranya kepariwisataan. Secara keseluruhan terdapat 10 titik pelaku usaha kesenian (wayang dan seni lukis) di Kampung Seni dan Budaya Jelekong. Seluruh pelaku industri kreatif tersebut, selain memberikan kontribusi dalam pelestarian kebudayaan juga memberikan sumber mata pencaharian

bagi masyarakat di Jelekong. Antar satu pelaku industri wayang dan pelaku industri seni lukis, bersama-sama membangun Kampung Seni dan Budaya Jelekong sebagai destinasi pariwisata kreatif di Kabupaten Bandung.

Pembelajaran para pelaku industri di Kampung Seni dan Budaya Jelekong tidak dilakukan secara turun temurun bagi keluarga pelaku industri, tetapi masyarakat di luar Jelekong dapat mengikuti pembelajaran seni wayang dan lukis. Meskipun demikian, di Kampung Seni dan Budaya Jelekong tidak terdapat fasilitas seperti padepokan khusus untuk seni wayang dan seni lukis, hal tersebut mengakibatkan para pelaku industri mencari ilmu untuk mengembangkan dirinya di luar Jelekong.

Kampung Seni dan Budaya Jelekong

memiliki produk unggulan yang ditawarkan untuk kegiatan wisata kreatif, yaitu seni wayang dan seni lukis. Produk unggulan tersebut memiliki daya saing yang tinggi di wilayah Jawa Barat dan Nasional, karena sejarah sebagai budaya melekat pada seni wayang yang diwariskan secara turun temurun dari era Abah Sunarya. Selain produk inti atau utama tersebut, di Kampung Seni dan Budaya Jelekong juga memiliki produk tambahan lainnya seperti miniature wayang, gantungan kunci, kerajinan tanah liat, dan lukisan.

Aksesibilitas terbagi menjadi dua klasifikasi, yaitu aksesibilitas eksternal dan internal. Aksesibilitas eksternal menuju Kampung Seni dan Budaya Jelekong dapat ditempuh dari tiga pintu masuk utama yaitu Bandara Husein Sastranegara (28 km atau

sekitar 1 jam 6 menit via jalan tol), Stasiun Kereta Api Bandung (17 km atau sekitar 1 jam), dan Terminal Leuwipanjang (13 km atau sekitar 30 menit). Moda transportasi menuju Kampung Seni dan Budaya Jelekong dapat menggunakan bis, angkutan kota, transportasi daring, dan sewa mobil.

Pengurus kelembagaan pariwisata di Jelekong yaitu Kompepar Giriharja mendata sekitar 1.000 wisatawan yang berkunjung ke Kampung Seni dan Budaya Jelekong, termasuk di dalamnya terdapat wisatawan mancanegara yang berasal dari Cina, Amerika, Perancis, Belgia, Sri Lanka, dan Rusia. Upaya memenuhi kebutuhan wisatawan mancanegara, terdapat layanan akomodasi di Kampung Seni dan Budaya Jelekong yang disediakan oleh masyarakat setempat berupa *homestay*. *Homestay* Ibu Kokom dan *homestay* Ibu Hanny menjadi salah satu fasilitas akomodasi yang dimiliki oleh Kampung Seni dan Budaya Jelekong.

Kesimpulan

Kesenian dan kebudayaan di Jelekong menjadi mata pencaharian utama bagi masyarakat setempat, khususnya masyarakat yang memiliki keahlian dalam perdalangan. Banyak dalang yang bermain diluar daerah Jelekong yang secara langsung berkontribusi dalam memasarkan Jelekong sebagai pusat seni dan budaya. Di sisi lain, penghasilan tambahan masyarakat setempat berasal dari sector pertanian dan perkebunan. Sejarah sebagai daya tarik wisata di Kampung Seni dan Budaya Jelekong menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki. Selain itu, terdapat daya tarik

wisata berbasis alam di sekitar Kampung Seni dan Budaya Jelekong yang mampu menambah daya saing Jelekong sebagai Desa Wisata. Adanya *homestay* di Kampung Seni dan Budaya Jelekong memberikan kemudahan bagi wisatawan yang berkunjung. Kondisi kepariwisataan tersebut menunjukkan bahwa Kampung Seni dan Budaya Jelekong sudah siap dan sadar akan kegiatan wisata. Produk *creativepreneur tourism* di Kampung Seni dan Budaya Jelekong yaitu seni wayang dan seni lukis. Khusus untuk seni wayang memiliki ciri khas yang secara turun temurun telah diwariskan sehingga menjadi kebudayaan dan dilestarikan hingga saat ini.

Daftar Pustaka

- d Alessa, L., Bennett, S.M., Kliskey, A.D., 2003. Effect of knowledge, personal attribution and perception of ecosystem health on depreciative behaviours in the intertidal zone of Pacific Rim National Park and Reserve. *J. Environ. Manage.* 68, 207–218.
- Hendro. 2011. Dasar – dasar Kewirausahaan, Panduan bagi Mahasiswa untuk Mengenal, Memahami dan Memasuki dunia Bisnis. Jakarta. Erlangga.
- Kostopoulou, Stella. "On the revitalized waterfront: Creative milieu for creative tourism." *Sustainability* 5, no. 11 (2013): 4578-4593.
- Ohridska-Olson, R. V., and S. H. Ivanov. "Creative Tourism Business Model And Its Application In Bulgaria. *Cultural Realms*, 1–17." (2010).
- Ohridska-Olson, Rossitza Vassileva, and Stanislav Hristov Ivanov.

"Creative tourism business model and its application in Bulgaria." In Proceedings of the Black Sea Tourism Forum 'Cultural Tourism—The Future of Bulgaria. 2010.

Richards, Greg, and Julie Wilson. "The creative turn in regeneration: Creative spaces, spectacles and tourism in cities." *Tourism, culture and regeneration* (2007): 12-24.

Shohib, Muhammad. 2013. *Advercity Quotient Dengan Minat Entrepreneurship*. Vol. 01, No.01, Januari 2013. ISSN: 2301- 8267.

Suryana. (2003). *Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba empat.