

KAJIAN PENGALAMAN KREATIF DI DESA WISATA ALAMENDAH

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Strata-1
Program Studi Destinasi Pariwisata Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Disusun oleh:

Rizkia Nurul Annisa

Nomor Induk: 201822544

**PROGRAM STUDI - STUDI DESTINASI PARIWISATA
JURUSAN KEPARIWISATAAN
POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG
BANDUNG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PENELITIAN SKRIPSI

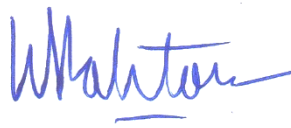
KAJIAN PENGALAMAN KREATIF DI DESA WISATA ALAMENDAH

NAMA : RIZKIA NURUL ANNISA
NIM : 201822544
PROGRAM STUDI : STUDI DESTINASI PARIWISATA

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

28/06 22 



Dr. Anang Sutono, MM.Par.,CHE.

Raden Wisnu Rahtomo, S.Sos., M.M.

NIP. 196509111992031001

NIP.196608131991031001

Bandung,

2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama

Dr. ER. Ummi Kalsum, MM. Par., CHRMP.

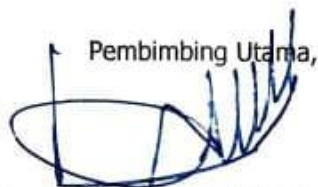
NIP. 197307231995032001

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI/PROYEK AKHIR/TUGAS AKHIR

KAJIAN PENGALAMAN KREATIF DI DESA WISATA ALAMENDAH

NAMA : RIZKIA NURUL ANNISA
NIM : 201822544
PROGRAM STUDI : STUDI DESTINASI PARIWISATA

Pembimbing Utama,


Dr. Anang Sutono, MM.Par.,CHE.
NIP. 196509111992031001

Pembimbing Pendamping,



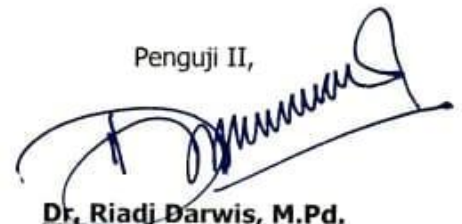
Raden Wisnu Rahotomo, S.Sos., M.M.
NIP.196608131991031001

Penguji I,



Dr. Bukmadi, SE., M.M.
NIP. 19700810 200605 1 001

Penguji II,



Dr. Riadi Darwis, M.Pd.
NIP. 19660124 199203 1 001

Bandung, 22 Agustus 2022

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerja Sama

Dr. ER. Umni Kalsum, MM. Par., CHRMP.
NIP. 19730723 199503 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik NHI Bandung

Andar Danova L. Goeltom, S.Sos.,M.Sc
NIP. 19710506 199803 1 001



PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Rizkia Nurul Annisa
Tempat/Tanggal Lahir : Bandung, 21 September 2000
NIM : 201822544
Program Studi : Studi Destinasi Pariwisata
Jurusan : Kepariwisataaan

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul: **KAJIAN PENGALAMAN KREATIF DI DESA WISATA ALAMENDAH** ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 30 Agustus 2022



Rizkia Nurul Annisa

NIM. 201822544

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah Swt atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat diberi kesempatan untuk menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Kajian Pengalaman Kreatif di Desa Wisata Alamendah”. Usulan penelitian ini merupakan bagian dari syarat kelulusan dalam menyelesaikan program Strata-1 pada Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Dalam penyusunan usulan penelitian ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berpartisipasi diantaranya:

1. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc., selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Dr. E. R. Ummi Kalsum, MM.Par., CHM., CHRMP. selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan.
3. Ibu Endah Trihayuningtyas, S.Sos, MM,Par, selaku Ketua Jurusan Kepariwisataan dan Ketua Prodi Studi Destinasi Pariwisata.
4. Bapak Dr. Anang Sutono, MM.Par., CHE., selaku dosen pembimbing utama.
5. Bapak R. Wisnu Rahtomo, S.Sos., MM., selaku dosen pembimbing pendamping.
6. Pokdarwis Desa Wisata Alamendah yang sudah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
7. *Mamah, papah* dan *aa* yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan dan doa.
8. Rekan-rekan Program Studi Destinasi Pariwisata semester 8.

9. Santika Dewi Purwanti, Friska Destami, Defa Rizky, Dyah Ayu Kumala Dewi dan teman-teman ‘Plottwist’ yang senantiasa membantu penulis dalam menyusun naskah penelitian ini.
10. SEVENTEEN yang senantiasa menghibur penulis selama menyusun naskah penelitian.

Penulis menyadari bahwa usulan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun.

Bandung, 30 Agustus 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengalaman kreatif yang terbentuk di Desa Wisata Alamendah dilihat dari perspektif wisatawan dan destinasi. Berkembangnya ekonomi kreatif di Desa Wisata Alamendah menciptakan potensi wisata kreatif di desa tersebut. Penciptaan pengalaman otentik menjadi karakteristik fundamental dari wisata kreatif. Oleh karena itu dalam mengkaji pengalaman kreatif yang terbentuk, penelitian ini mengacu pada *inner-reflection* dan *outer-interaction* yang terbentuk di Desa Wisata Alamendah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Partisipan dalam penelitian ini adalah Pokdarwis dan pelaku wisata di Desa Wisata Alamendah serta 25 wisatawan yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Alamendah. Hasil penelitian menunjukkan elemen pembentuk pengalaman kreatif sangatlah kompleks dan Desa Wisata Alamendah hampir memenuhi keseluruhan aspek. Namun, berdasarkan temuan data terdapat beberapa aspek yang dirasa belum optimal seperti aspek keamanan, profesionalitas, dan kebersihan.

Kata kunci: Pariwisata Kreatif; Pengalaman Kreatif; *Inner-reflection*; *Outer-interaction*

ABSTRACT

This study aims to examine the creative experiences formed in the Alamendah Tourism Village from the perspective of tourists and destinations. The development of the creative economy in the Alamendah Tourism Village creates creative tourism potential in the village. The creation of authentic experiences is a fundamental characteristic of creative tourism. Therefore, in examining the creative experiences that are formed, this research refers to the inner-reflection and outer-interaction that are formed in the Alamendah Tourism Village. The method used in this study is a descriptive method with a qualitative approach. The participants in this study were Pokdarwis and tourism actors in the Alamendah Tourism Village and 25 tourists who had visited the Alamendah Tourism Village. The results of the study show that the elements forming the creative experience are very complex and the Alamendah Tourism Village almost fulfills all aspects. However, based on data findings, there are several aspects that are deemed not optimal, such as aspects of security, professionalism, and cleanliness.

Keywords: *Creative Tourism; Creative Experience; Inner-reflection; Outer-interaction.*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Keterbatasan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Kajian Teori	8
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Desain Penelitian	26
B. Partisipan dan Tempat Penelitian.....	26
C. Metode Pengumpulan Data.....	28
D. Teknik Analisis Data.....	29
E. Pengujian Keabsahan Data.....	31
F. Jadwal Penelitian	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
A. Produk Wisata Kreatif di Desa Wisata Alamendah	33
B. Inner-reflection pada Creative Experience di Desa Wisata Alamendah	51
C. Outer-interaction pada Creative Experience di Desa Wisata Alamendah.....	75
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	91
A. Simpulan	91

B. Implikasi	92
C. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tipologi Pengalaman Wisata Kreatif.....	15
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3 Informan Penelitian.....	27
Tabel 4 Jadwal Penelitian	32
Tabel 5 Daftar Produk Umkm dan Ekonomi Kreatif Alamendah.....	40
Tabel 6 Tipologi Pengalaman Kreatif Dtw Di DWA.....	50
Tabel 7 Pemenuhan Kriteria Wisata Kreatif Di Desa Wisata Alamendah.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>Creative Experience Model</i>	10
Gambar 2 Pergeseran Wisata Budaya ke Wisata Kreatif.....	14
Gambar 3 <i>Tourism Value Chain</i>	20
Gambar 4 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 5 Peta Wilayah Desa Alamendah.....	34
Gambar 6 Pencak Silat Cipta Mandiri 2	36
Gambar 7 Kebun Stroberi Milik Warga.....	37
Gambar 8 Tumbuhan Stroberi di Alamendah	37
Gambar 9 Dodol Stroberi Produk UMKM Alamendah	38
Gambar 10 <i>Milkshake</i> Stroberi Produk UMKM Alamendah.....	39
Gambar 11 Sosial Media Guai Sebagai <i>Market Place</i> Produk UMKM	41
Gambar 12 Peternakan Milik Warga	42
Gambar 13 Biji Kopi Hasil Panen Desa Alamendah	43
Gambar 14 Wisatawan Sedang Mengamati Proses Pemanggangan Biji Kopi	44
Gambar 15 <i>E-Brochure</i> Paket Wisata Coffee Trip	45
Gambar 16 <i>E-Brochure</i> Paket Wisata <i>Ngagoes Ulin Ka Lembur</i>	46
Gambar 17 <i>E-Brochure</i> Paket Wisata <i>Birdwatching</i>	48
Gambar 18 Wisatawan <i>Trekking</i> Menuju <i>Curug</i> Padjajaran	50
Gambar 19 <i>Environmental Awareness</i> Wisatawan Alamendah.....	59
Gambar 20 Aspek <i>Basic Needs</i> yang Terpenuhi di Alamendah	62
Gambar 21 Aspek <i>Intellectual Needs</i> yang Terpenuhi di Alamendah.....	64
Gambar 22 Wisatawan Mengamati Penampungan Getah Karet.....	66
Gambar 23 <i>Novelty</i> Aktivitas Wisata di Alamendah	68
Gambar 24 <i>Usefulness</i> Aktivitas Wisata di Alamendah	69
Gambar 25 <i>Controlled Risk But Challenging</i> Menurut Wisatawan.....	70
Gambar 26 Kondisi Jalan Menuju <i>Curug</i>	71
Gambar 27 Aspek <i>Experiential</i> yang Terpenuhi di Alamendah	72
Gambar 28 Aspek <i>Existential</i> yang Terpenuhi di Alamendah.....	73
Gambar 29 <i>Servicescape</i> yang Teridentifikasi di Alamendah	76

Gambar 30 Aspek <i>Design & Planning</i> yang Teridentifikasi di Alamendah.....	76
Gambar 31 Kondisi Lingkungan Desa Wisata Alamendah	77
Gambar 32 Rumah Produksi UMKM <i>Milkshake Strawberry</i>	78
Gambar 33 <i>Signage Paguron</i> Pencak Silat	79
Gambar 34 Aspek <i>Perceived Control</i> Menurut Wisatawan.....	80
Gambar 35 Aspek <i>Caring/Concern</i> Menurut Wisatawan	81
Gambar 36 Aspek <i>Authenticity</i> Menurut Wisatawan.....	82
Gambar 37 Aspek <i>Professionalism</i> Menurut Wisatawan	83
Gambar 38 <i>E-Brochure</i> Alamendah Trip.....	88
Gambar 39 Wisatawan Mecoba Gerakan Silat	89
Gambar 40 Aktivitas Wisata Petik Stroberi	90
Gambar 41 Balai Pertemuan Sebagai Ruang Kreatif	90

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1 Jenis Kelamin Informan Wisatawan.....	52
Grafik 2 Usia Informan Wisatawan	53
Grafik 3 Asal Informan Wisatawan	53
Grafik 4 Pekerjaan Informan Wisatawan.....	54
Grafik 5 Aktualisasi Diri Wisatawan Alamendah.....	55
Grafik 6 Faktor Pengaruh <i>Social Awareness</i> Wisatawan Alamendah	57
Grafik 7 <i>Cultural Awareness</i> Wisatawan Alamendah	58
Grafik 8 Motivasi Berkunjung Wisatawan ke Alamendah	60
Grafik 9 Kesan Wisatawan Saat Berkunjung ke Alamendah.....	61
Grafik 10 Kesempatan Wisatawan Mengenal Lingkungan Sekitar	63
Grafik 11 <i>Novelty</i> Dan <i>Usefulness</i> Aktivitas Wisata di Alamendah.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	100
Lampiran 2 Daftar Periksa	104
Lampiran 3 Transkrip Kuisisioner.....	104
Lampiran 4 Transkrip Wawancara 1.....	124
Lampiran 5 Transkrip Wawancara 2.....	127
Lampiran 6 Transkrip Wawancara 3.....	129
Lampiran 7 Transkrip Wawancara 4.....	131
Lampiran 8 Transkrip Wawancara 5.....	133
Lampiran 9 Transkrip Wawancara 6.....	136
Lampiran 10 Transkrip Wawancara 7.....	137
Lampiran 11 Dokumentasi Wawancara.....	139
Lampiran 12 <i>Open Coding, Axial Coding, Selective Coding</i>	140
Lampiran 13 Surat Balasan dari Lokus.....	141
Lampiran 14 Rekap Bimbingan	142
Lampiran 15 Hasil Deteksi Plagiarisme.....	144

DAFTAR PUSTAKA

- Alamendah, P. D. (2019). *Peta Wilayah Desa Alamendah*. <http://alamendah.desa.id/artikel/2019/11/29/wulayah-administratif>
- Andersson, T. D. (2007). The Tourist in the Experience Economy. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 46–58. <https://doi.org/10.1080/15022250701224035>
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Basrowi, & Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta.
- Binkhorst, E. (2007). *Creativity in tourism experiences The case of Sitges*. <http://www.recercat.cat>
- Bitner, M. J. (1992). *Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees*.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2015). *Basic of Qualitative Research*. Sage.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choose Among Five Approaches (Second Edition)*. Sage.
- Doosti, F., Hassan Zaal, M., & Lasbuie, M. R. (2017). Factors Involved in Assessing Capacity of Creative Tourism: Case Study - Tabriz City in Iran. *Journal of Tourism & Hospitality*, 06(06). <https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000332>
- Hegarty, C. B. (2009). The Value and Meaning of Creative Leisure. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 3(1), 10–13. <https://doi.org/10.1037/a0014879>
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. www.creativeeconomy.com.
- Kai. (2020). *The tourism value chain Analysis and practical approaches for development cooperation projects*.
- Kemenparekraf. (2020). Studi Mengenai COVID-19, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Kementrian Pariwisata & Ekonomi Kreatif*, 1–68. https://bankdata.kemenparekraf.go.id/upload/document_satker/a6d2d69c8056a29657be2b5ac3107797.pdf
- Kemenparekraf. (2021). *OPUS Ekonomi Kreatif 2020*. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Indonesia-Menjadi-Inisiativ-Tahun-Internasional-Ekonomi-Kreatif-Dunia>
- Moleong, L. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya.
- Nazir, M. (2006). *Desain Penelitian*. Penerbit Ghalia Indonesia.

- Nelson, B., & Rawlings, D. (2009). How does it feel? the development of the experience of creativity questionnaire. *Creativity Research Journal*, 21(1), 43–53. <https://doi.org/10.1080/10400410802633442>
- OECD. (2014). *OECD Studies on Tourism : Tourism and the Creative Economy* (Issue March). <https://doi.org/10.1787/9789264207875-en>
- Organization, U. W. T. (2018). Tourism and Culture Synergies. In *Tourism and Culture Synergies*.
- Pine, J., & Gilmore, J. H. (1998). Economy LEADERSHIP WHEN THERE IS NO ONE TO ASK: WELCOME TO THE EXPERIENCE ECONOMY. *Harvard Business Review*, 76(4), 97–105.
- Plucker, J. A., Beghetto, R. A., & Dow, G. T. (2004). Why isn't creativity more important to educational psychologists? Potentials, pitfalls, and future directions in creativity research. *Educational Psychologist*, 39(2), 83–96. https://doi.org/10.1207/s15326985ep3902_1
- Poerwandari. (1998a). Metode Penelitian Sosial. *Jakarta: Universitas Terbuka*.
- Poerwandari. (1998b). *Metode Penelitian Sosial*. Universitas Terbuka.
- Quinlan-Cutler, S., & Carmichael, B. A. (2010). The dimensions of the tourist experience. *The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives*, 3–26.
- Richards, G. (2001). The development of cultural tourism in Europe. In *Cultural Attraction and European Tourism* (pp. 1–18).
- Richards, G. (2005). TEXTILE TOURISTS IN THE EUROPEAN PERIPHERY: NEW MARKETS FOR DISADVANTAGED AREAS? In *Tourism Review International* (Vol. 8). www.cognizantcommunication.com
- Richards, G. (2009). *Creative tourism and local development*. Sunstone Press. <http://www.lonelyplanet.com/experimentaltravel/>
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism. The state of the art. In *Annals of Tourism Research* (Vol. 38, Issue 4, pp. 1225–1253). <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Richards, G., & Marques, G. (2012). Exploring Creative Tourism: Editors Introduction Richards. In *Journal of Tourism Consumption and Practice* (Vol. 4, Issue 2). <https://hdl.handle.net/10026.1/11687>
- Richards, G., Ni, R., Raymond, C., & Bath, A. (2000). *Creative Tourism*.
- Richards Jutamas Jan Wisansing Elena Paschinger DASTA Team, G., Jan Wisansing Watcharee Churugsa, J., Vardhanadbhuti, P., Takham, S., Siritham Greg Richards, S., Jan Wisansing, J., Paschinger Veerachai Pranveerapaibool, E., Sua-

- Ngam, S., & Amatam, R. (2018). *Creating Creative Tourism Toolkit*.
www.dasta.or.th
- Runco, M. A. (2004). Creativity. *Annual Review of Psychology*, *55*, 657–687.
<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.141502>
- Simonton, D. K. (2000). *Creativity Cognitive, Personal, Developmental, and Social Aspects*. <https://doi.org/10.1037/0003>
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta.
- Tan, S. K., Kung, S. F., & Luh, D. B. (2013). A model of “creative experience” in creative tourism. *Annals of Tourism Research*, *41*, 153–174.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.002>
- Tung, V. W. S., & Ritchie, J. R. B. (2011). Exploring the essence of memorable tourism experiences. *Annals of Tourism Research*, *38*(4), 1367–1386.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.009>
- UNESCO. (2006). *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism*.