

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam perkembangannya, pariwisata kreatif merupakan pengembangan dari konsep wisata budaya (*Cultural Tourism*) (Maulana, Novian, Hadianti & Wulung, 2019) yang mengalami transformasi menjadi wisata massal (*mass tourism*) (Dobrica, 2014). Dobrica (2014) menyatakan kreativitas dapat mendukung transformasi pariwisata budaya massal tradisional, dan beralih dari warisan berwujud ke budaya yang lebih tidak berwujud dan keterlibatan yang lebih besar dengan kehidupan sehari-hari di destinasi.

Pariwisata kreatif dapat dipahami sebagai kegiatan kepariwisataan yang melibatkan interaksi dari pendatang, sehingga pendatang dapat belajar, berhubungan secara emosional, sosial, dan interaksi partisipatif dengan tempat, budaya, dan masyarakat lokal (Hermantoro, 2011). Richards dan Raymond (2000) dalam Yozcu dan İçöz (2010) mendefinisikan pariwisata kreatif sebagai mempelajari keterampilan pada saat berwisata yang merupakan bagian dari budaya suatu negara atau masyarakat yang dikunjungi. Wisatawan kreatif mengembangkan potensi kreatif mereka dan terhubung dengan masyarakat lokal melalui partisipasi informal dalam lokakarya interaktif dan pengalaman belajar terkait pada budaya di destinasi. Perlu diingat bahwa keseluruhan konsep bergantung pada wisatawan sebagai *co-producer* kreatif dan konsumen dari pengalaman mereka serta kemampuan kreatif dari terciptanya pengalaman tersebut (Richards dan Wilson, 2006).

Rahayu (2016) berpendapat bahwa konsep pariwisata kreatif yang sedang menjadi tren di dunia pariwisata, sudah sesuai dengan kegiatan industri dan ekonomi kreatif yang dikampanyekan oleh pemerintah Indonesia. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia menyatakan bahwa pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan bagian dari solusi agar Indonesia dapat berkembang, dan terdapat tiga pilar utama dalam pemulihan pariwisata dan ekonomi kreatif, yaitu inovasi, adaptasi dan kolaborasi.

Dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Bandung, produk pariwisata kreatif didefinisikan sebagai daya tarik wisata dan fasilitas pariwisata yang dalam menyelenggarakan kegiatan wisatanya melibatkan potensi kreatif wisatawan, masyarakat, maupun usaha pariwisata. Sedangkan program wisata kreatif adalah program wisata yang dapat mengembangkan potensi kreatif wisatawan.

Kota Bandung yang merupakan ibukota Jawa Barat dengan luas 167,31 Km<sup>2</sup> dan jumlah penduduk sebanyak 2,44 juta jiwa (BPS, 2020) memiliki julukan legendaris yakni Paris van Java, yang sejak zaman dahulu terkenal memiliki keindahan alam, kekayaan seni budaya, keramahtamahan dan kreativitas penduduk yang tinggi. Tingkat kreativitas yang tinggi dari penduduknya menjadikan Kota Bandung sebagai pusat inovasi baik makanan, seni, busana dan juga produk lainnya.

Pada tahun 2008, Kota Bandung pernah ditetapkan sebagai proyek percontohan dalam pengembangan industri kreatif di kawasan Asia Timur dan Asia Tenggara oleh British Council. Saat ini terdapat 246 kota yang tergabung dalam UNESCO Creative City Network sebagai kota kreatif yang terbagi menjadi tujuh kategori,

yaitu Kerajinan dan Kesenian Rakyat, Media, Film, Desain, Gastronomi, Sastra dan Seni Musik. Dalam hal ini, Kota Bandung diakui sebagai kota wisata dunia yang terpilih dalam kategori desain.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung dalam memanfaatkan dan meningkatkan potensi yang dimilikinya adalah dengan membuat program pada bidang kepariwisataan, salah satunya adalah program “Kampung Wisata Kreatif” yang menjadi unggulan. Program ini dilakukan dalam rangka mengoptimalkan potensi-potensi yang dimiliki tiap kecamatan di Kota Bandung, yang ditargetkan untuk memiliki satu Kampung Kreatif pada tiap kecamatan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurulhadi (2018), tujuan pelaksanaan program Kampung Wisata Kreatif ini adalah untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat melalui pembinaan untuk pengelolaan potensi masing-masing daerah dan bidang industri kreatif, meningkatkan peran serta masyarakat dalam pengelolaan dan pengawasan sumber daya yang dimiliki.

Dengan meningkatnya aktivitas industri pariwisata, mendorong berkembangnya masyarakat yang terjun pada sub-sektor ekonomi kreatif. Salah satu sub-sektor ekonomi kreatif yang menjadi unggulan Kota Bandung adalah *Fashion*. Kota Bandung menjadi pelopor dalam industri *fashion* Indonesia sejak tahun 1970-an dan menduduki posisi kedua setelah sub-sektor kuliner dalam jumlah usaha/perusahaan ekonomi kreatif di Kota Bandung yakni sebanyak 23.550 usaha (Hasil Analisis SE 2016 KBLI Ekonomi Kreatif). Potensi ini juga didukung penuh oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang meyakini bahwa Kota Bandung dapat menjadi pusat *fashion* yang dapat bersaing secara internasional.

Salah satu kawasan di Kota Bandung yang menghasilkan produk dalam sub-sektor *fashion* adalah Kampoeng Radjoet Binong yang terletak di Kelurahan Binong, Kecamatan Batununggal. Kampoeng Radjoet Binong merupakan sentra industri produk rajutan terbesar di Kota Bandung, dimana pada tahun 2019 terdapat sekitar 418 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terlibat dalam proses produksi dan penjualan produk rajut yang dihasilkan (Priyanto dan Suryana, 2019).

Kampoeng Radjoet Binong adalah salah satu kawasan dalam Peraturan Kota Bandung No. 1 Tahun 2013 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2012 – 2025 sebagai daya tarik wisata primer dalam pengembangan Kawasan Industri Pariwisata Kiaracondong, dengan sasaran pembangunan kawasan adalah pengembangan produk wisata kreatif dan edukatif, serta rencana pembangunan kawasan meliputi pengembangan program wisata kreatif industri rajutan.

Daya tarik yang dimiliki Kampoeng Radjoet Binong adalah produk berbasis ekonomi kreatif dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) setempat, yaitu produk busana dan kerajinan berbahan rajutan. Selain itu terdapat daya tarik pendukung berupa kuliner serta seni budaya. Kampoeng Radjoet Binong merupakan salah satu kawasan pengembangan dari 8 (delapan) Kampung Wisata yang dijanjikan oleh Wali Kota Bandung. Penetapan Kelurahan Binong sebagai Kampung Wisata Kreatif Rajut terdapat dalam Keputusan Wali Kota Bandung Nomor 556/Kep.835-DISBUDPAR/2021 tanggal 16 September 2021. Kampoeng Radjoet Binong baru diresmikan pada tanggal 6 Oktober 2021 oleh Asisten Perekonomian dan Pembangunan, Bapak Eric M. Attauriq yang mewakili Wali Kota Bandung.

Dalam pelaksanaan kegiatan pariwisata kreatif, Kampoeng Radjoet Binong merancang empat paket wisata dengan tema Jalur Wisata Satu Hari, yang dimulai dengan mengelilingi para pengrajin rajutan dan mengikuti kegiatan merajut, serta menyajikan makanan tradisional khas Sunda. Namun adanya paket wisata ini belum dilaksanakan secara maksimal menurut kaidah pariwisata kreatif, sehingga tidak optimal dalam hal melibatkan wisatawan dalam proses kreativitas pada kunjungan wisata. Atas dasar tersebut, maka perlu diketahui sejauh mana metode pengelolaan dan prinsip-prinsip Pariwisata Kreatif yang diterapkan, agar mampu memaksimalkan manfaat dan memberi nilai lebih bagi pengunjung Kampoeng Radjoet Binong dan diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi pengelola dalam mengembangkan kegiatan wisata kreatif.

## **B. Fokus Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Kampoeng Radjoet Binong Kota Bandung, dengan variabel yang diteliti terfokuskan pada implementasi kaidah prinsip utama pengembangan Pariwisata Kreatif menurut Richards, Wisansing dan Paschinger (2018) di Kampoeng Radjoet Binong dalam kegiatan pariwisata, yaitu:

1. Apa saja aset budaya lokal yang unik di Kampoeng Radjoet Binong?
2. Siapa saja seniman lokal yang dapat menjadi pencerita dalam kegiatan wisata kreatif di Kampoeng Radjoet Binong?
3. Bagaimana kegiatan wisata kreatif yang aktif dan partisipatif bagi masyarakat dan pengunjung untuk berbagi pengetahuan budaya di Kampoeng Radjoet Binong?

4. Apakah kegiatan wisata kreatif di Kampong Radjoet Binong sudah menerapkan implementasi pengalaman pancaindra (pendengaran, peraba, perasa, penglihatan, penciuman)?
5. Apakah tempat atau ruang kegiatan wisata kreatif dirancang untuk mendorong potensi kreativitas?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kesesuaian pengembangan Pariwisata Kreatif yang ada di Kampong Radjoet Binong dengan kaidah dan prinsip utama Pariwisata Kreatif menurut Richards, Wisansing dan Paschinger (2018), yang di antaranya adalah:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis aset budaya lokal yang unik di Kampong Radjoet Binong.
2. Mengidentifikasi dan menganalisis seniman lokal yang dapat menjadi pencerita dalam kegiatan wisata kreatif di Kampong Radjoet Binong
3. Mengidentifikasi dan menganalisis kegiatan wisata kreatif yang aktif dan partisipatif bagi masyarakat dan pengunjung untuk berbagi pengetahuan budaya di Kampong Radjoet Binong.
4. Mengidentifikasi dan menganalisis kegiatan wisata kreatif di Kampong Radjoet Binong yang menerapkan implementasi pengalaman pancaindra (pendengaran, peraba, perasa, penglihatan, penciuman).
5. Mengidentifikasi dan menganalisis tempat atau ruang kegiatan wisata kreatif yang dirancang dapat mendorong potensi kreativitas.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep prinsip utama pariwisata kreatif; *Creative Tourism The 3s Principles of Community Based Design* menurut Richards, Wisansing, dan Paschinger (2018). Peneliti membatasi masalah substansi menjadi 5 dari 10 prinsip dalam 2s (*Stories* dan *Senses*) untuk lebih terfokuskan pada kegiatan wisata kreatif di Kampoeng Radjoet Binong.

Adapun prinsip-prinsip dalam aspek *sophistication* yang tidak menjadi fokus kajian penelitian ini adalah: perencanaan alur kegiatan wisata kreatif yang terarah, kegiatan wisata kreatif yang inovatif, perancangan pemasaran wisata kreatif yang menarik, mendesain kegiatan wisata kreatif yang berkelanjutan.

Kelima prinsip yang akan dikaji mencakup:

1. Aset budaya lokal yang unik di Kampoeng Radjoet Binong.
2. Seniman lokal yang dapat menjadi pencerita dalam kegiatan wisata kreatif di Kampoeng Radjoet Binong.
3. Kegiatan wisata kreatif yang aktif dan partisipatif bagi masyarakat dan pengunjung untuk berbagi pengetahuan budaya di Kampoeng Radjoet Binong.
4. Kegiatan wisata kreatif di Kampoeng Radjoet Binong yang menerapkan implementasi pengalaman pancaindra (pendengaran, peraba, perasa, penglihatan, penciuman).
5. Tempat atau ruang kegiatan wisata kreatif yang dirancang dapat mendorong potensi kreativitas.

### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki dan memberi nilai lebih kepada pelaksanaan Pariwisata Kreatif di Kampong Radjoet Binong, dan diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi pengelola dalam mengembangkan kegiatan pariwisata kreatif.



