

BAB II

TINJAUAN STUDI

2.1 INDUSTRI KREATIF

Menurut Kementerian Perdagangan RI pada tahun 2009, industri kreatif adalah industri yang dihasilkan dari penggunaan keterampilan, kreativitas, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja. Sektor ini akan fokus pada pengembangan kreativitas dan kecerdikan individu.

Menurut Peraturan Daerah Kota Bandung No. 1 Tahun 2021 tentang Perancangan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif, Industri kreatif adalah industri yang dihasilkan dari penggunaan kreativitas, keterampilan, dan kemampuan individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja baru melalui produksi dan pemanfaatan, yang mewakili kreativitas dan kecerdasan individu.

Mengutip pada UNIDO (2007), industri kreatif adalah industri yang memanfaatkan potensi lokal dan menghasilkan produk artistik dan kreatif yang bersifat nyata atau tidak nyata, sehingga meningkatkan pendapatan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian industri kreatif adalah sektor ekonomi yang mengandalkan kreativitas, pengalaman dan bakat individu atau kelompok untuk menciptakan produk dan jasa yang berkualitas.

2.1.1 KRITERIA INDUSTRI KREATIF

Menurut Lubis (2008), penciptaan industri kreatif terdiri dari tiga proses penting, yaitu ketersediaan tenaga kerja terampil, ketersediaan bahan baku lokal, dan ketersediaan produk.

Mengutip dari UNIDO (2007), menyebutkan terdapat beberapa kriteria yang harus tersedia dalam industri kreatif, yaitu:

- Kreativitas, yaitu sekelompok orang yang bekerja untuk menciptakan produk kreatif yang beragam, guna meningkatkan keunggulan kompetitif di dunia industri kreatif.
- Keterampilan adalah kemampuan dan keahlian para pekerja industri kreatif untuk mentransformasikan bahan baku mentah, seni dan budaya menjadi produk kreatif yang mampu bersaing dalam ekonomi kreatif.
- Teknologi, yaitu kemampuan organisasi bisnis dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas produk, dapat diterapkan dalam proses produksi, pencarian informasi, atau pemasaran produk baru.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa industri kreatif mempunyai ciri - ciri siklus hidup yang pendek, risiko tinggi, margin keuntungan tinggi, keragaman tinggi, persaingan tinggi dan mudah ditiru karena merupakan produk yang menarik pelanggan.

2.1.2 KEUNGGULAN INDUSTRI KREATIF

Mengutip dari Ruth (2015), terdapat empat keunggulan dari Industri Kreatif, diantaranya :

1. Industri kreatif mempunyai *multiplier effect* terhadap perekonomian. Seiring dengan peningkatan PDB dan lapangan kerja di wilayah tersebut, industri kreatif juga menjadi sektor utama karena prosesnya melibatkan banyak sektor lain seperti pengemasan, jasa, dan penyewaan lahan.
2. Sumber daya produksi primer tidak terbatas, menggunakan bahan berupa gagasan yang inovatif sehingga tidak mempengaruhi tingginya pemanfaatan sumber daya alam yang ada, berkelanjutan dan ramah lingkungan.
3. Menciptakan lingkungan persaingan ekonomi antara industri dengan industri pesaing lainnya. Hal ini mendorong industri untuk terus meningkatkan kualitas produknya agar dapat menarik lebih banyak pasar.
4. Mendorong pola pikiran masyarakat untuk lebih kreatif, inovatif dan peka terhadap permasalahan disekitarnya. Masyarakat juga harus lebih terbuka terhadap perkembangan teknologi guna memperoleh informasi mengenai minat pasar dan perkembangan industri itu sendiri.

Industri kreatif tidak hanya menjadi mesin pertumbuhan ekonomi, namun juga menjadi sumber inovasi, pembentukan identitas budaya, dan penciptaan lapangan kerja. Dengan memanfaatkan kekuatannya, industri kreatif mempunyai potensi untuk terus tumbuh dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat dan perekonomian secara keseluruhan.

2.1.3 SUB - SEKTOR INDUSTRI KREATIF

Dalam praktiknya, bidang pemanfaatan industri kreatif sangat luas. Namun mampu memahaminya lebih dalam. Subsektor dalam industri kreatif adalah:

1. Periklanan
Kegiatan kreatif yang melibatkan produksi dan penjualan barang. Seperti iklan cetak dan elektronik.
2. Arsitektur
Kegiatan yang berkaitan dengan produksi jasa arsitektur dan informasi produk seperti perencanaan kota dan arsitektur taman.
3. Pasar Barang Seni

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, penjualan, karya, barang antik dan perhiasan melalui lelang, galeri, toko, pasar dan internet.

4. Kerajinan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan produksi dan distribusi kerajinan tangan, antara lain kerajinan tangan yang terbuat dari: batu mulia, aksesoris, emas, perak, kayu, kaca, tanah liat, tekstil, marmer, kapur dan logam.

5. Desain

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain grafis, desain interior, manufaktur, industri, desain kemasan dan identitas perusahaan.

6. Fashion

Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain sepatu, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.

7. Video, Film, dan Fotografi

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan penciptaan produksi video, penciptaan film, serta pendistribusian gambar dan film. Hal ini mencakup penulisan film, penerbitan, sinematografi, sinetron, dan eksebis film.

8. Permainan Interaktif

Kegiatan kreatif meliputi penciptaan kreasi, produksi dan distribusi video game dan permainan komputer yang menghibur, intelektual dan mendidik.

9. Musik

Karya kreatif meliputi perekaman, penerbitan musik, pengarang, penulisan atau hak cipta, mengarang dan menciptakan, memproduksi, mendistribusikan, dan menjual karya musik.

10. Seni Pertunjukan

Kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan konten, produksi, pertunjukan balet, tari tradisional, tari kontemporer, teater, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik, kostum dan produksi, desain set dan tata pencahayaan.

11. Penerbitan dan Percetakan

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan penulisan dan penerbitan konten buku, majalah, surat kabar, terbitan berkala, tabloid dan konten digital, serta kegiatan kantor berita.

12. Layanan Komputer dan Piranti Lunak

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pengembangan teknologi informasi meliputi layanan TI, pengembangan perangkat lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur perangkat lunak, desain infrastruktur dan konten perangkat lunak, serta desain portal.

13. Televisi dan Radio

Kegiatan kreatif yang berkaitan jasa kreasi, produksi, distribusi dan produksi untuk industri penyiaran televisi dan radio.

14. Riset dan Pengembangan

Aktivitas kreatif yang terkait dengan perusahaan inovatif yang menghasilkan penemuan ilmiah dan teknologi untuk meningkatkan produk dan produk baru, proses baru, material baru, peralatan baru, metode baru, dan teknologi baru. Ilmu dan pengetahuan ini bisa kita terapkan untuk memenuhi kebutuhan pasar.

2.2 KAMPUNG WISATA KREATIF

Menurut Walikota Bandung (Yana, 2022), Kampung wisata kreatif merupakan sarana pemberdayaan dan kemandirian masyarakat dalam pengembangan sumber daya manusia untuk menciptakan pariwisata yang berdaya saing.

Menurut Dharmayanti, Dosen Pariwisata Universitas Gadjah Mada (2019) Kampung wisata kreatif merupakan wujud inovasi pengembangan destinasi wisata yang memadukan unsur budaya, seni, dan ekonomi kreatif. Hal ini memungkinkan masyarakat lokal untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan ekonomi berbasis pariwisata, sekaligus melestarikan dan mempromosikan warisan budaya mereka.

Secara keseluruhan, kampung wisata kreatif tidak hanya meningkatkan daya tarik pariwisata tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, melestarikan budaya, dan memperkuat kemandirian komunitas setempat.

2.2.1 TUJUAN KAMPUNG WISATA KREATIF

Mengutip dari Silaban dan Bhaskara (2020), pengembangan kampung wisata kreatif dapat mendorong terciptanya kampung yang kaya akan kegiatan seni dan budaya serta melestarikan budaya daerah secara berkelanjutan dan berkontribusi terhadap peningkatan perekonomian masyarakat setempat.

Mengutip dari Deviliana Sekar Kusuma Dewi, Winny Astuti, Hakimatul Mukaromah (2019), Kampung wisata kreatif bertujuan untuk melayani pariwisata minat khusus dengan memanfaatkan keunikan lokal dan keterlibatan masyarakat setempat. Tujuan ini meliputi penciptaan produk baru, promosi kegiatan pariwisata, dan peran pengelola atau pendamping.

Secara keseluruhan, kampung wisata kreatif memainkan peran penting dalam menggabungkan pelestarian budaya, peningkatan ekonomi, dan partisipasi aktif masyarakat. Dengan demikian, kampung wisata kreatif berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dan pemberdayaan komunitas lokal.

2.3 KAMPUNG WISATA KREATIF CIBADUYUT

Cibaduyut merupakan sebuah kawasan di Bandung, Jawa Barat, yang terkenal dengan industri sepatu kulitnya. Cibaduyut telah lama dikenal sebagai sentra sepatu dan pusat wisata belanja. Saat ini Cibaduyut memiliki banyak potensi pariwisata khas Cibaduyut, antara lain:

2.3.1 WORKSHOP PENGRAJIN SEPATU

Workshop pengrajin sepatu kulit merupakan tempat pembuatan sepatu kulit secara manual oleh para ahli atau pengrajin sepatu. Proses pembuatan sepatu kulit di bengkel juga umumnya melibatkan beberapa tahapan antara lain desain, pemotongan kulit, penjahitan dan finishing.

2.3.2 DODOL KETAN HITAM

Dodol ketan hitam khas Bandung merupakan salah satu kuliner tradisional yang terkenal dengan rasa manis dan teksturnya yang kenyal. Berbahan dasar beras ketan hitam, gula kelapa, dan santan. Dodol ketan hitam memerlukan proses persiapan yang cukup lama dan teliti, mulai dari menggiling ketan hitam hingga memasaknya yang memakan waktu berjam-jam. Keunikan dodol ketan hitam khas Bandung terletak pada aromanya yang harum dan rasa legit yang dihasilkan dari perpaduan bahan-bahan alami.

2.3.2.1 RUMAH PRODUKSI DODOL KETAN HITAM

Rumah produksi dodol ketan hitam menawarkan pengalaman unik bagi pengunjung untuk mempelajari proses pembuatan dodol secara langsung, mulai dari pengolahan ketan hitam hingga pengemasan.

2.3.3 BURUAN SAE

Buruan SAE (Sehat, Alami dan Ekonomis) merupakan program *urban farming* terpadu dari Dinas Pangan dan Pertanian Kota Bandung. Berkat Buruan SAE, kegiatan berkebun di kampung menjadi lebih terintegrasi dengan peternakan dan penanaman kebun di pekarangan rumah. Buruan berasal dari bahasa Sunda yang artinya taman. Kata SAE, juga yang berasal dari bahasa Sunda yang berarti baik, teratur atau rapi, juga digunakan untuk meningkatkan Sehat, Alam, dan Ekonomis.

Program Buruan Sae pertama kali diluncurkan pada masa pandemi COVID - 19, ketika tingkat perekonomian penduduk Bandung menurun dan sulitnya mencari bahan pangan. Dengan diterapkannya konsep SAE Buruan diharapkan masyarakat dapat bertahan dalam kondisi pandemi dan meningkatkan meningkatkan potensi pekarangan rumah warga Kota Bandung untuk memberikan manfaat bagi pemiliknya. Dengan memanfaatkan lahannya untuk kegiatan program Buruan SAE, para pelaku pertanian terpadu dan *urban farming* tidak

hanya menerima manfaat ekonomi namun juga dapat berkontribusi terhadap peningkatan lingkungan alam yang sehat. Kelompok Tani Lumbung Tani yang berlokasi di Blok Lumbung, RW 02, Cibaduyut, Kec. Bojongloa Kidul adalah salah satu penerima program pemerintah Buruan SAE.

2.3.4 EDUKASI SAMPAH LANGSUNG MUSNAH (SALAMUN)

Edukasi Sampah Langsung Musnah merupakan sebuah sarana edukasi tentang pemusnahan sampah dengan cara membangun alat pembakaran sampah atau incinerator.

Pada awalnya, Jozef selaku Ketua Karang Taruna RW 08 Cibaduyut membangun insinerator kecil dengan drum besi. Kemudian dikembangkan lagi dengan material yang lebih efisien. Menurut Jozef, pasca bencana TPA di Leuwigajah, jika tidak ada solusi cepat, kita hanya akan menimbulkan gunung sampah di Kota Bandung.

Hingga akhirnya, upaya penelitian selama bertahun-tahun membuahkan hasil. Jozef mendapat sertifikat dari Laboratorium Pengendalian Kualitas Lingkungan (LPKP) yang menyatakan lulus uji emisi. Hasilnya, asap dari incinerator Jozef berada di bawah batas baku mutu, meski harus melalui beberapa kali pemurnian untuk mencapai standar. Berdasarkan hasil tersebut, tim penguji semakin menegaskan bahwa incinerator tersebut aman bagi lingkungan. Tidak ada awan asap hitam yang terbentuk selama pembakaran.

2.3.5 MAKAM MAMA EYANG CIBADUYUT

Makam Mama Eyang Cibaduyut merupakan makam KHR. Muhammad Zarkasyi, atau akrab disapa Mama Cibaduyut, beliau adalah ulama besar asal Cibaduyut, Kota Bandung. Beliau banyak melahirkan Kyai - Kyai yang terkenal pada masanya dan diantara yang menimba ilmunya adalah Eyang Rende, seorang ulama yang juga terkenal kewaliannya, dari daerah Rende, Bandung Barat, Mama Gentur, Mama Sukaraja, Mama Jelegong dan ulama lainnya yang akhirnya menjadi paku tanah Pasundan yang namanya masih harum hingga sekarang. Wisatawan rutin berziarah ke makam Mama Eyang Cibaduyut dan berdoa disana.

2.3.6 SENI DODOMBAAN

Kesenian Dodombaan berasal dari Garut, Jawa Barat, Indonesia. Kesenian Dodombaan mirip dengan kesenian Sisingaan yang ada di Kabupaten Subang. Tradisi ini telah dijalankan oleh kalangan masyarakat Sunda selama beberapa generasi. Domba Garut terkenal dengan kualitas dan tubuhnya yang kuat dan sehat. Domba Garut tidak hanya menjadi ikon hewan khas Kabupaten Garut saja, namun juga sering dijadikan ikon kesenian. Misalnya saja fenomena adu domba dan selain itu ada kesenian lain yang menggunakan domba sebagai ikonnya, kesenian ini disebut "Dodombaan". Kesenian dodombaan berbeda

dengan kesenian ketangkasan domba yang mempunyai unsur kekerasan karena adu ketangkasnya dilakukan dengan cara saling mengadu domba secara langsung. Kesenian Dodombaan ini tidak berhubungan langsung dengan domba asli, melainkan domba yang dijadikan ikon dalam pembuatan domba palsu yaitu Dodombaan.

2.3.7 KULINER

Kuliner yang terdapat di Cibaduyut merupakan gastronomi khas dan kuliner pada umumnya. Selain dodol ketan hitam, salah satu hidangan khas kulinernya adalah payeum. Peyeum merupakan makanan khas kota Bandung yang sangat terkenal dan mempunyai banyak penikmat baik di kota Bandung maupun sekitarnya. Peyeum merupakan olahan fermentasi singkong yang mempunyai cita rasa khas.

2.4 CREATIVE TOURISM

Menurut Greg Richards (2000), *Creative Tourism* atau Pariwisata Kreatif diawali dengan wisata budaya atau juga MICE. Rasa ingin tahu wisatawan yang semakin besar kemudian dimanfaatkan secara optimal sehingga mendorong mereka untuk ikut serta dalam penciptaan daya tarik wisata yang ditawarkan.

Menurut UNESCO (2006), mendefinisikan *Creative Tourism* atau Pariwisata Kreatif sebagai perjalanan langsung menuju pengalaman yang menarik dan otentik, dengan pembelajaran partisipatif tentang seni, warisan atau karakter khusus suatu tempat dan menjalin hubungan dengan orang - orang yang tinggal disana dan membentuk kehidupan tersebut.

Dari kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Creative Tourism* atau Pariwisata kreatif adalah suatu bentuk pariwisata yang menekankan pada partisipasi aktif pengunjung dalam kegiatan kreatif dan edukatif. Tujuan utama dari pariwisata kreatif adalah untuk memberikan pengalaman yang mendalam dan bermakna, dimana wisatawan tidak hanya mengamati, tetapi juga berkontribusi pada aktivitas yang mereka ikuti.

2.4.1 TUJUAN CREATIVE TOURISM

Menurut Vika selaku Kepala Eksplorasi Lab Akselerator UNDP di Kyrgyzstan. Terdapat 5 tujuan dari *Creative Tourism* atau Pariwisata Kreatif, diantaranya :

1. Menciptakan lapangan kerja yang kreatif, inovatif dan ramah lingkungan, dengan fokus pada generasi muda;
2. Mengembangkan lingkungan yang kondusif bagi pencipta dan pengusaha lokal
3. Memanfaatkan teknologi digital untuk berinteraksi dengan kelompok yang umumnya tertinggal dalam kegiatan ekonomi;
4. Mendorong pembangunan dan inklusi sosial yang berkelanjutan;

5. Mengambil peran utama dalam sektor perekonomian yang lebih tradisional.

2.4.2 KRITERIA / CIRI – CIRI CREATIVE TOURISM

Mengutip dari Yani Adriani (2012) terdapat 7 point penting yang harus ada dan menjadi kriteria dalam *Creative Tourism* / Pariwisata Kreatif, diantaranya :

1. Mengutamakan keaslian / kekhasan lokal.
2. Kontak Intensif dengan masyarakat.
3. Pembelajaran secara partisipatif, interaktif, dan informal.
4. Memberikan peluang kepada wisatawan untuk mengeluarkan potensi kreatifnya.
5. Bersama - sama dengan masyarakat menghasilkan produk pariwisata.
6. Dalam kelompok kecil,
7. Tersedianya workshop dan instruktur.

