

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan sektor unggulan dan strategis dalam menggerakkan pertumbuhan negara- negara di dunia. Pariwisata berperan besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat tempat tujuan wisata yang nanti akan tumbuhnya usaha kecil menengah sebagai dampaknya. Selain itu, ekonomi kreatif juga menjadi sebuah tampilan baru dalam menghadapi persaingan pasar. Jika industri kreatif yang berbasis wisata budaya dikembangkan, hal tersebut dapat menjaga warisan budaya serta meningkatkan pariwisata di suatu kawasan. Beberapa industri kreatif yang biasanya tumbuh di desa wisata antara lain, kuliner, kerajinan, seni pertunjukan, cagar budaya, maupun lainnya. Hal ini berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Sebab pariwisata mempunyai dampak ganda antara industri kreatif dengan pariwisata.

Peningkatan perkembangan pariwisata secara nasional dan global menjadikan pariwisata sebagai bidang yang strategis dalam peningkatan pendapatan, adanya lapangan kerja, pengembangan usaha dan menggerakkan aktivitas sosial ekonomi masyarakat. Pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang terbesar dan tercepat pertumbuhannya di dunia. Kondisi ini memberikan harapan sekaligus menjadi peluang bagi industri pariwisata di Indonesia untuk terus kreatif melakukan pengembangan baik dari sisi destinasi, kelembagaan maupun pemasaran pariwisata mengingat trend wisatawan dunia kini mulai mengarah pada pariwisata kreatif. Khususnya Kampung Wisata Kreatif Cigadung. Dengan potensi besar yang ada di Kampung Wisata Kreatif Cigadung, menjadikan kawasan ini sebagai wisata budaya yang sangat menarik perhatian wisatawan yang ingin berkunjung

Pandemi COVID-19 berpengaruh besar bagi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia. Bisa dibilang dua tahun terakhir menjadi salah satu tantangan terbesar bagi para pelaku industri akomodasi wisata atau perhotelan di Indonesia, untuk dapat terus bertahan di tengah pandemi. Pada 2019 hingga 2020, kunjungan wisatawan

nusantara pun turun 30%. Kondisi ini pun mengakibatkan hampir 1,58 juta pekerjaan di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif terdampak pandemi COVID-19. Penurunan tersebut sangat berdampak pada okupansi hotel di Indonesia. Menurut data BPS, bulan Januari dan Februari 2020 okupansi hotel masih di rata-rata normal, yaitu 49,71% dan 49,22%. Namun adanya pandemi menyebabkan tingkat okupansi kamar hotel menurun drastis pada Maret menjadi 32,24%, dan terus mengalami penurunan hingga 12,7% pada April. Jumlah penurunan angka okupansi hotel tetap bertahan di bawah 20% hingga memasuki bulan Juni 2020. (RI, 2021)

Pengembangan berbagai jenis atraksi pariwisata dan menarik wisatawan lokal serta internasional ditujukan untuk mengurangi ketergantungan pada satu jenis pariwisata juga dapat membantu bertahannya pariwisata tersebut. Dengan adanya pengembangan ekonomi lokal, para pengusaha sekitar maupun yang berpartisipasi di dalam pariwisata kreatif akan terbantu perekonomiannya. Dengan mendorong integrasi antara sektor budaya dan kreatif dengan institusi budaya untuk menciptakan ekosistem yang lebih kuat dan inklusif dapat menguatkan ekosistem budaya dan kreatifitas. Strategi bertahan pariwisata kreatif selama pandemi dan setelah pandemi juga akan memengaruhi faktor internal dan faktor eksternal. Menerapkan perlindungan dan pekerjaan seperti menerapkan kebijakan yang melindungi pekerjaan dan organisasi budaya di kota-kota, terutama yang memiliki proporsi pekerjaan dalam bidang seni pertunjukan yang tinggi. Tidak lupa dengan memanfaatkan fasilitas budaya lokal seperti meningkatkan pemanfaatan kualitas budaya lokal untuk menawarkan layanan budaya kepada penduduk setempat.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi pariwisata kreatif di Kampung Wisata Kreatif Cigadung pada sebelum-saat-setelah pandemi?
2. Bagaimana strategi bertahan pariwisata kreatif di Kampung Wisata Kreatif Cigadung pada sebelum-saat-setelah pandemi?

1.3 Tujuan, Sasaran, dan Manfaat

1.3.1 Tujuan dan Sasaran

Sesuai dengan rumusan masalah, yang di kemukakan diatas maka tujuan yang mendasari penelitian ini adalah mengidentifikasi strategi bertahan pariwisata kreatif pada sebelum, saat, dan setelah pandemi COVID-19 di Kampung Wisata Kreatif Cigadung.

Yang menjadi sasaran dari penelitian ini adalah:

1. Identifikasi kondisi Kampung Wisata Kreatif Cigadung pada sebelum-saat-setelah pandemi.
2. Identifikasi strategi bertahan pariwisata kreatif di Kampung Wisata Kreatif Cigadung pada sebelum-saat-setelah pandemi.

1.3.2 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini yaitu dapat memberikan informasi strategi bertahan pariwisata kreatif di Kota Bandung pada sebelum, saat, dan setelah pandemi COVID-19.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai ruang lingkup studi penelitian, ruang lingkup penelitian dibagi menjadi dua yaitu ruang lingkup materi dan ruang lingkup wilayah studi yang di teliti.

1.4.1 Ruang Lingkup Materi

Ruang lingkup materi pada penelitian ini yaitu “Identifikasi Strategi Bertahan Pariwisata Kreatif Pada Sebelum, Saat, Dan Setelah Pandemi (Studi Kasus: Kampung Wisata Kreatif Cigadung)”. Penelitian ini akan membahas mengenai Kampung Wisata Kreatif Cigadung dilihat dari kondisi dan strategi bertahan pada sebelum, saat, dan setelah pandemi COVID-19, yaitu sebagai berikut:

1. Kondisi Pariwisata Kreatif

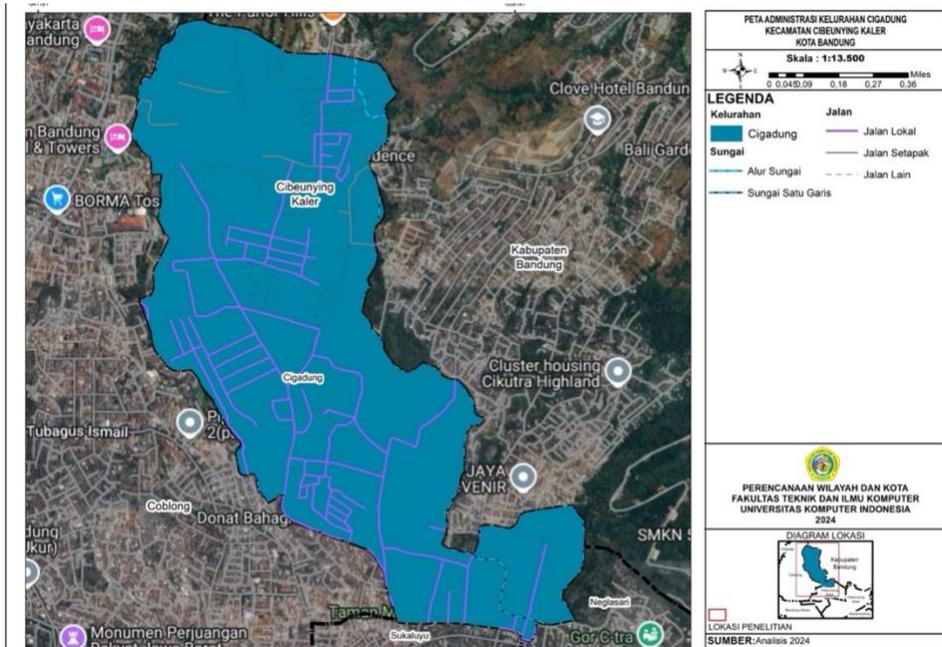
Membahas mengenai kondisi pariwisata kreatif pada sebelum, saat, dan setelah pandemi COVID-19 berdasarkan komponen 6A (*attraction, accessibility, amenities, ancillary, activities, available package*).

2. Strategi Bertahan Pariwisata Kreatif

Untuk mengidentifikasi strategi bertahan dengan variabel; pemanfaatan ICT (*Information Communication Technology*) dan *pentahelix*. Parameter yang digunakan dari pemanfaatan ICT yaitu pendapatan dari penjualan *online*, *engagement* dan interaksi *online*, dan pengenalan produk wisata. Parameter yang digunakan pada variabel *pentahelix* yaitu keterlibatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, peran akademisi, kerjasama dengan komunitas, promosi dan *brand image* dari media, dan keterlibatan pelaku bisnis. Variabel tersebut akan dikaitkan dengan strategi bertahan dari teori manajemen dan bisnis.

1.4.2 Ruang Lingkup Wilayah

Ruang lingkup penelitian atau lokasi studi berada di Kampung Wisata Kreatif Cigadung. Kampung Wisata Kreatif Cigadung berada di Kecamatan Cibeunying Kaler Batas administratif Kampung Wisata Kreatif Cigadung sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Peta Kelurahan Cigadung

1.4.3 Ruang Lingkup Waktu

Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan dan peneliti mulai membagikan kuisioner penelitian pada pelaku wisata di Kampung Wisata Kreatif Cigadung, Kota Bandung. Survey ke Kampung Wisata Kreatif Cigadung dilakukan pada tanggal 9-22 Agustus 2024.

1.5 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penyusunan laporan penelitian ini yakni metode analisis kualitatif deskriptif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mencakup metode pengumpulan data, metode penentuan sampel, dan metode analisis data. Berikut ini akan menjelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan.

1.5.1 Variabel Penelitian

Berikut merupakan variabel penelitian:

Tabel 1. 1 Sasaran, Variabel, dan Prameter Penelitian

No.	Sasaran	Variabel	Parameter	Tinjuan
1.	Identifikasi kondisi Kampung Wisata Kreatif Cigadung pada sebelum, saat, setelah pandemi.	Pemanfaatan ICT (<i>Information and Communication Technology</i>)	1. Pendapatan dari Penjualan <i>Online</i> 2. <i>Engagement</i> dan Interaksi <i>Online</i> 3. Pengenalan Produk Wisata <i>Online</i>	Jurnal, Suleman, 2013. <i>Pemanfaatan ICT (Information and Communication Technology) Dalam Promosi Pariwisata di Indonesia</i> . Jakarta: AMIK BSI Jakarta. Jurnal, Tanuany, A. & Enre, A., n.d. Peranan

No.	Sasaran	Variabel	Parameter	Tinjauan
				<i>Information and Communication Technology (ICT)</i> Dalam Mengembangkan Pariwisata Danau Toba "Monaco of Asia". <i>EK&BI</i> , Volume 4, pp. 559- 562.
2.	Identifikasi strategi bertahan pariwisata kreatif di Kampung Wisata Kreatif Cigadung pada sebelum-saat-setelah pandemi.	Kerjasama Pihak Terkait (<i>Pentahelix</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterlibatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2. Peran Akademisi 3. Kerjasama dengan Komunitas 4. Promosi dan <i>Brand Image</i> dengan media 5. Keterlibatan Pelaku Bisnis yang Mengembangkan Potensi Wisata 6. Kerjasama dalam penerapan Protokol 	<p>Jurnal, Savana, N., Fadlina, S. & A. Khoir, M. H., 2023.</p> <p>Strategi Pengembangan Pariwisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Di Kampung Wisata Kreatif Cigadung Kota Bandung. pp. 4-10.</p> <p>Jurnal, Astiana, R. & Kemala, Z., 2023.</p> <p>Pendampingan Tata Kelola Destinasi</p>

No.	Sasaran	Variabel	Parameter	Tinjauan
			Kesehatan (penerapan CHSE/Cleanliness, Health, Safety & Environment Sustainability)	Wisata di Kecamatan Ujung Berung Kota Bandung. <i>JURNAL BERMASYARAKAT</i> , Volume 4, p. 7.

Sumber: Hasil Analisis (2024)

Parameter pendapatan dari penjualan *online*, *engagement* dan interaksi *online*, dan pengenalan produk wisata secara *online* dilihat berdasarkan pemanfaatan ICT (*Information and Communication Technology*) dalam promosi produk. Intensitas promosi menggunakan sosial media lebih banyak digunakan ketika masa pandemi COVID-19, sehingga dalam melihat strategi bertahan di bidang pariwisata kreatif, promosi menggunakan sosial media penting untuk meningkatkan pendapatan dari penjualan *online*.

Parameter keterlibatan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, peran akademisi, kerjasama dengan komunitas, promosi dan *brand image* dengan media, dan keterlibatan pelaku bisnis yang mengembangkan potensi wisata dilihat berdasarkan strategi bertahan yang bekerjasama dengan *pentahelix*.

1.5.2 Jenis Data Penelitian

Data adalah sekumpulan informasi, fakta, atau simbol-simbol yang menerangkan tentang keadaan objek penelitian. Data dapat dibagi menjadi dua macam. Data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pengelompokannya dibagi dua, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data primer merupakan data yang berasal dari hasil observasi lapangan, seperti melakukan wawancara dan pengisian kuisioner oleh responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh oleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Sumber data sekunder yaitu data yang

berasal dari pihak internal maupun eksternal seperti dinas-dinas terkait, literatur-literatur dari penelitian terdahulu, serta informasi lain yang mendukung penelitian ini. Data sekunder ini digunakan untuk mendukung data primer.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah teknik purposive sampling dan teknik *snowball sampling*. Mengutip dari (Suriani, Risnita, & Jailani, 2023), *purposive sampling* menurut (Sugiyono, 2015) adalah pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Sedangkan teknik *snowball sampling* dilakukan ketika data sampel yang didapatkan belum memadai, sehingga peneliti mencari lagi sumber data yang mendukung. Dalam konteks wawancara yang dilakukan pada informan di Kampung Wisata Kreatif Cigadung, ada beberapa langkah yang harus dilakukan seperti:

1. Mengidentifikasi informan awal

Peneliti mulai dengan mengidentifikasi satu atau beberapa informan yang memiliki pengetahuan mendalam mengenai Kampung Wisata Kreatif Cigadung. Informan ini berupa pengelola Kampung Wisata Kreatif Cigadung dan ketua UMKM Kampung Wisata Kreatif Cigadung.

2. Wawancara mendalam

Setelah mengidentifikasi informan awal, peneliti melakukan wawancara mendalam untuk menggali informasi.

3. Referensi informan lain

Selama wawancara, peneliti meminta informan awal untuk merekomendasikan informan lain yang juga memiliki informasi penting terkait Kampung Wisata Kreatif Cigadung.

4. Dokumentasi dan analisis

Setelah wawancaram peneliti akan mendokumentasikan informasi yang diperoleh dan menganalisis data untuk memahami fenomena yang terjadi di Kampung Wisata Kreatif Cigadung.

Berikut ini merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk penelitian ini:

1. Metode Observasi

Observasi yang saya lakukan untuk penelitian ini bertempat di Kampung Wisata Kreatif Cigadung, Kelurahan Cigadung, Kecamatan Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat. Peneliti mulai dengan mengidentifikasi satu atau beberapa informan yang memiliki pengetahuan mendalam mengenai Kampung Wisata Kreatif Cigadung. Informan ini berupa pengelola Kampung Wisata Kreatif Cigadung dan ketua UMKM Kampung Wisata Kreatif Cigadung.

2. Metode Wawancara

Adapun wawancara yang saya ambil untuk penelitian ini diantaranya:

- a. Studio Rosid, Bapak Rosid selaku pemilik,
- b. Batik Komar, Kang Recksha selaku *public relation*,
- c. Hasan Batik Bandung, Ibu Nia selaku pemilik,
- d. Saung Kasep, Bapak Edi selaku pemilik,
- e. Pengelola Kampung Wisata Kreatif Cigadung, Kang Wawan selaku ketua pengelola.

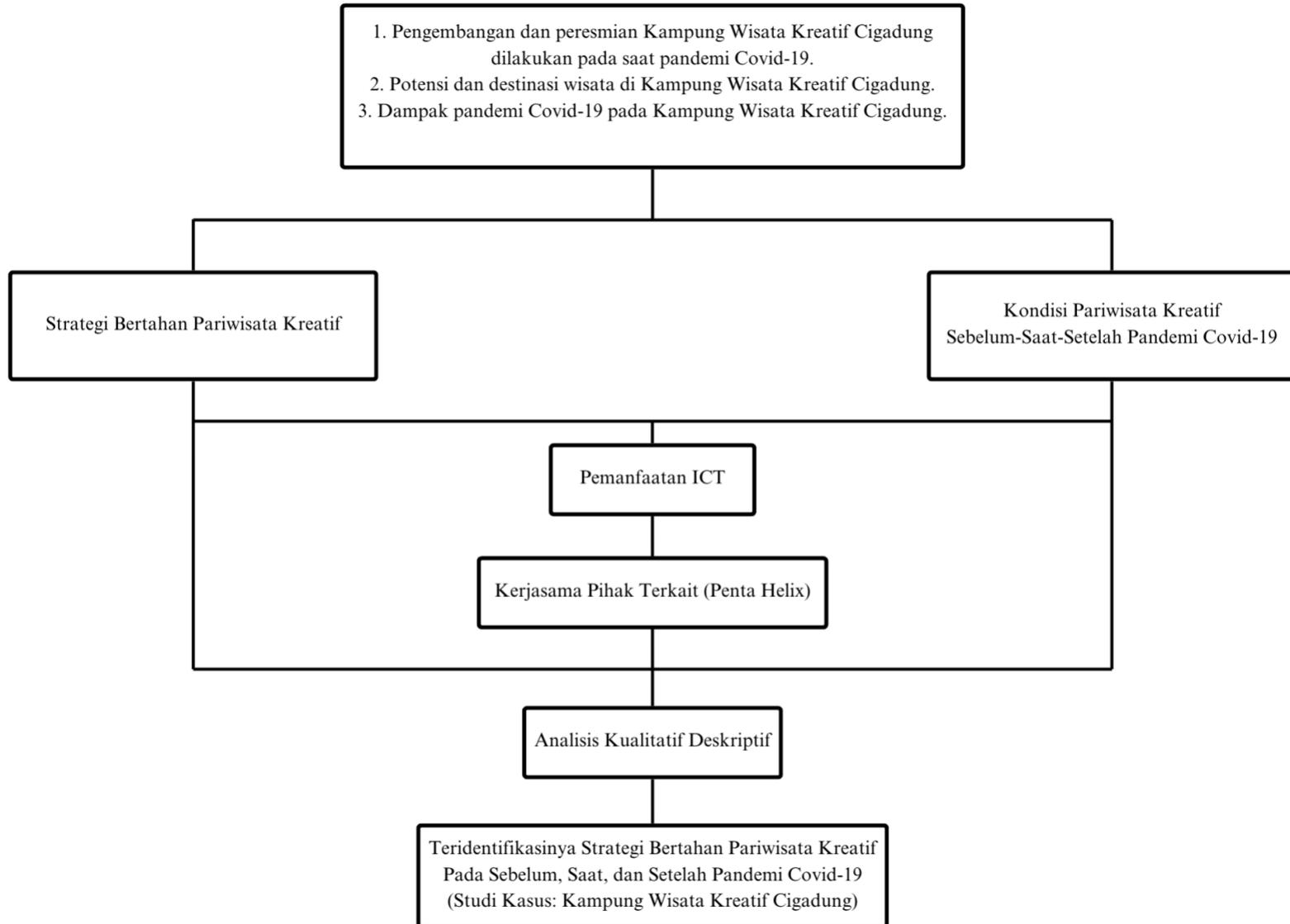
3. Metode Dokumentasi

Adapun dokumentasi yang saya ambil dari penelitian di Kampung Wisata Kreatif Cigadung (dokumentasi terlampir).

1.5.4 Metode Analisis

Adapun metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan analisis triangulasi sumber yang merupakan analisis untuk menguji kredibilitas suatu data dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data seperti hasil wawancara, arsip, maupun dokumen lainnya. Proses triangulasi sumber dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dari beberapa informan atau sumber yang berbeda. Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan *coding*. *Coding* merupakan proses pengorganisasian data untuk mengidentifikasi tema atau kategori yang muncul dari informasi yang dikumpulkan.

1.6 Kerangka Berpikir



1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika pembahasan dan penyajian hasil penelitian akan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, ruang lingkup materi dan wilayah, kerangka berfikir, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat tentang tinjauan teori yang berkaitan dengan strategi bertahan pariwisata kreatif di Kampung Wisata Kreatif Cigadung dan penelitian terdahulu.

BAB III GAMBARAN UMUM

Bab ini memuat tentang gambaran umum penelitian yang berada di Kampung Wisata Kreatif Cigadung, Kota Bandung.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini memuat tentang analisis strategi bertahan pariwisata kreatif yang berada di Kampung Wisata Kreatif Cigadung dari partisipasi masyarakat, akademisi, dan pemerintah yang sudah di analisis menggunakan metode kualitatif deskriptif.

BAB V KESIMPULAN

Dalam bab ini, penulis menutup dengan kesimpulan disertai dengan rekomendasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Bab ini juga memberikan kelemahan penelitian dan anjuran studi untuk penelitian-penelitian lain yang akan dilakukan di masa mendatang.