

**STRATEGI PENGEMBANGAN JELEKONG SEBAGAI DAERAH
TUJUAN WISATA DI KABUPATEN BANDUNG
(LOKASI STUDI: KELURAHAN JELEKONG,
KABUPATEN BANDUNG)**

Hamam Nuansa A

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi Indonesia
Email: forina.lestari@iti.ac.id

Forina Lestari

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi Indonesia
Email: forina.lestari@iti.ac.id

Medtry

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi Indonesia
Email: forina.lestari@iti.ac.id

ABSTRACT

Jelekong is an educational tourism village located in Baleendah District, Bandung Regency. It offers a typical rural panorama, a center for making wayang golek crafts, Sundanese art performances, and a producer of paintings with artistic and cultural value. This research has aims to formulate a tourism development strategy with an existing art and cultural approach. The methods used in the research include identifying the characteristics of tourist objects, including attractions, amenities, accessibility, and management, identifying visitor characteristics, and formulating tourism development strategies from the results of the SWOT analysis. The analysis results show that the great potential for edutourism in this area is still faced with several obstacles, such as lack of promotion, the need for regional arrangement, and collaboration with various parties. Some of the strategies that have been formulated are expected to support the development of tourism in Jelekong Village such as strengthening the promotion of the attractiveness of art education tourism in Jelekong Village, strengthening management through technology training and promotion for Kompepar as the manager, improving the quality of existing facilities in the tourist village.

Keywords: *tourism development strategy; edutourism; creative village; Jelekong Village.*

Pendahuluan

Kelurahan Jelegong berada di Kabupaten Bandung tepatnya di Kecamatan Baleendah, Kelurahan Jelegong adalah kelurahan yang memiliki luas terbanyak dari 7 desa/kelurahan lainnya dengan luas wilayah sekitar 6.940 Km². Kampung Jelegong memiliki potensi unggulan daerah seperti wayang golek, seni mendalang, seni lukis, kuliner tradisional seperti awug, hasil perkebunan seperti sawo walanda, serta berbagai kesenian khas sunda lainnya. Beberapa kesenian yang berasal dari Jelegong ini sudah cukup mendunia seperti seni karawitan, seni tari jaipong dan seni lukis. Sepanjang jalan di Kampung Jelegong wisatawan disajikan dengan pemandangan berbagai lukisan karya penduduknya. Disamping itu, pengunjung juga dapat melihat dan mengikuti proses pembuatan lukisan, yang menjadikan kampung ini terbilang unik untuk para pengunjung.

Kampung wisata kreatif adalah pengembangan wilayah kampung dengan pemanfaatan unsur-unsur yang terdapat pada masyarakat kampung yang berperan sebagai produk wisata, menjadikan suatu rangkaian kegiatan pariwisata yang terpadu dan bertema (Kastenholz and Gronau (2020). Kampung juga harus mampu menyediakan dan memenuhi kebutuhan suatu perjalanan wisata baik dari aspek daya tarik maupun aspek pendukung. Menurut Zebua (2016) terdapat dua konsep utama dalam komponen pariwisata, pertama yaitu akomodasi yang berfungsi sebagai tempat tinggal wisatawan, yang biasanya kampung wisata memanfaatkan tempat tinggal masyarakat lokal dan ruang yang dikembangkan di dalam kampung wisata. Kedua yaitu atraksi atau daya tarik yang berupa pola kehidupan masyarakat setempat beserta kondisi lingkungan khas pedesaan yang memungkinkan adanya partisipasi aktif wisatawan pada kegiatan lokal. Selain kedua tersebut kampung wisata dapat dilihat dari keunikan dan kekhasan suatu kampung wisata, Bogdani (2018) berpendapat bahwa komponen kampung wisata terdiri menjadi empat komponen yaitu partisipasi masyarakat lokal, sistem norma, adat dan budaya asli.

Kampung kreatif sederhananya adalah bentuk kegiatan masyarakat dengan mengandalkan kreatifitas dan inovasi yang menjadi bagian dari pengembangan ekonomi wilayah (Booyens & Rogerson, 2015). Definisi kampung kreatif disini meliputi bentuk lingkungan dan kegiatan khas masyarakat yang bersifat bebas untuk berekspresi guna menciptakan hal yang baru, dapat berupa produk ataupun kegiatan yang bermanfaat untuk menjadi solusi permasalahan bagi khalayak umum dan masyarakat kampung khususnya. Kampung kreatif dengan kegiatan-kegiatan didalamnya merupakan suatu upaya pemberdayaan masyarakat, pemberdayaan masyarakat menurut Zhou, Tang, and Zou (2019) menambahkan bahwa transformasi kawasan menjadi kampung kreatif merupakan proses untuk memulihkan dan meningkatkan kemampuan suatu komunitas untuk mampu membuat berbuat sesuai dengan harkat dan martabat dalam melaksanakan hak-hak dan bertanggung jawab sebagai anggota masyarakat. Kampung kreatif merupakan inovasi yang menjadi korelasi antara orientasi pembekalan keterampilan kerja, kreatifitas, dan eksploitasi karya kepemilikan intelektual seperti seni dan keterampilan penduduk lokal dalam berinteraksi dan melestarikan seni dan budaya setempat (Richards, 2020; Zhou et al., 2019).

Yonahes (2019) menyebutkan pengembangan kampung wisata harus mengacu kepada pedoman UN-Habitat (*United Nations Human Settlements Programme*) dengan tema-tema yang actual dikembangkan yaitu: berbasis masyarakat, ekonomi kreatif, kelestarian alam berkelanjutan, dan teknologi serta ekonomi digital. Kusumandayu (2017) pada hasil penelitiannya mengenai kampung wisata kreatif menyatakan beberapa strategi pengembangan kampung wisata kreatif yaitu: (1) mengembangkan potensi yang dimiliki oleh kampung wisata dan tetap mempertahankan konsep wisata yang sudah ada, (2) memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi, (3) melakukan promosi yang lebih efektif, (3) memaksimalkan kerjasama dengan perguruan tinggi mengenai desain produk, (4) memperluas jaringan distribusi produk, (5) menjalin kerjasama dengan biro perjalanan. Oleh karena itu dalam

pengembangan wisata kreatif juga membutuhkan koordinasi dan kolaborasi yang baik lintas stakeholder (Dias-Sardinha, Ross, & Calapez Gomes, 2018)

Pariwisata edukasi atau *Edu Tourism* adalah suatu program dimana wisatawan berkunjung ke objek wisata dengan tujuan utama untuk memperoleh pengalaman pembelajaran secara langsung di objek wisata tersebut (Rodger, 1998). Wisata berbasis pendidikan juga merupakan gabungan dari beberapa sub-tipe wisata seperti edukasi, wisata sejarah dan budaya, wisata pedesaan, dan juga pertukaran pelajar antar institusi pendidikan (Gibson, 1998). Menurut Direktorat Jendral Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam (PHKA), *Edu Tourism* merupakan diversifikasi daya tarik dari wisata alam (ekowisata) yang bertujuan untuk memperluas dan memperbanyak produk wisata alam (Dirjen PHKA, 2001).

Wisata edukasi didefinisikan oleh *Ritchie et al* (2003) didalam *Managing Educational Tourism* sebagai kegiatan atau aktifitas wisatawan dalam bentuk perjalanan dengan tujuan untuk memperoleh pendidikan dan pembelajaran sebagai bagian dari perjalanan mereka, baik itu merupakan tujuan utama maupun tambahan. Wisata yang termasuk dalam kegiatan wisata edukasi, antara lain adalah: wisata edukasi untuk umum dan dewasa, perjalanan yang dilakukan oleh pelajar/mahasiswa baik domestic maupun internasional, termasuk *language schools, school excursions, dan exchange programmers*.

Menurut Hermawan (2017) pendidikan dan pariwisata merupakan dua hal yang berbeda, tetapi keduanya dapat saling melengkapi. Dalam aktifitas eduwisata, proses pendidikan merupakan bentuk metode pembelajaran yang aktif dan kreatif, serta menjadi alternatif metode belajar yang efektif. Aktifitas eduwisata dapat menjadi sarana sosialisasi dan menumbuhkan rasa kebanggaan dan kecintaan terhadap budaya dan bangsa, eduwisata merupakan aktifitas pariwisata yang dilakukan wisatawan dengan tujuan utama memperoleh pendidikan dan pelajaran. Pemenuhan prinsip-prinsip dasar menjadi keharusan dalam kegiatan eduwisata seperti halnya yang disampaikan Kurniawan (2020) mengenai kriteria eduwisata,

memiliki 8 (delapan) prinsip dasar yang harus dipenuhi dengan fokus utama pada sektor pelayanan pendidikan, yaitu sebagai berikut:

1. Memiliki fokus pada wilayah alami yang menjamin pengunjung memiliki kesempatan untuk menikmati alam secara langsung.
2. Menyediakan layanan penerangan atau pendidikan kepada pengunjung dalam menikmati alam agar mereka memiliki tingkat pengertian, apresiasi, dan kepuasan yang lebih besar dalam berwisata.
3. Melakukan penangganan kegiatan wisata yang dapat memberikan efek terbaik dalam memelihara kelestarian ekologi.
4. Memberikan kontribusi terhadap konservasi lingkungan alami dan warisan budaya setempat.
5. Memeberikan kontribusi positif bagi kehidupan ekonomi dan social masyarakat secara terus-menerus.
6. Menghormati budaya lokal serta sensitif terhadap keberadaan dan pengembangan budaya.
7. Secara konsisten menjadikan aspirasi pengunjung sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan kegiatan wisata.
8. Dipasarkan dan dipromosikan secara jujur dan akurat sehingga pada saat dikunjungi dapat memenuhi harapan wisatawan secara nyata.

Saat ini perkembangan kampung kreatif sangat menjamur di berbagai daerah di Indonesia (Ardhala, Santoso, & Sulistyarso, 2016). Namun yang terpenting adalah berupaya untuk menjamin agar kampung kreatif ini dapat terus berlanjut dengan berbagai potensi dan kendala yang ada (Remoaldo, Matos, Gôja, Alves, & Duxbury, 2020).

Metode

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode dalam penyusunan laporan strategi perencanaan daerah wisata berbasis seni budaya ini melalui pengumpulan data yaitu: Pertama, observasi yang meliputi keberadaan objek, aktivitas masyarakat setempat, pengunjung, dan *stakeholder* yang berhubungan. Observasi dalam penelitian ini juga mengamati fasilitas, atraksi, aksesibilitas, dan pengelolaan dari setiap objek wisata. Hasil observasi kemudian didokumentasikan dalam bentuk gambar agar didapat gambaran yang lebih jelas mengenai lokasi studi. Kedua, pengambilan data sekunder kepada instansi terkait dan pengambilan data primer dengan observasi ke lokasi studi. Ketiga, wawancara yang menggunakan panduan wawancara yang telah distrukturkan dan dilakukan kepada pengelola, pemerintah, pengunjung dan masyarakat setempat.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling*), dengan pengambilan sampel 100 responden dengan total jumlah 34 pertanyaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis yang meliputi:

- a. Analisis Karakteristik Pariwisata, yang mana analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi atraksi, aksesibilitas, amenitas, akomodasi, dan pelayanan tambahan (*ancillary*). Yang dimana analisis ini bersifat deskriptif dan hasil dari analisis ini akan dijadikan masukan untuk analisis SWOT.
- b. Analisis Karakteristik Pengunjung, yang mana analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik pengunjung berdasarkan usia pengunjung, domisili, pekerjaan, cara mengetahui informasi, motivasi berkunjung, lama waktu kunjungan dan persepsi pengunjung terhadap pariwisata yang ada. Analisis ini menggunakan hasil kuesioner yang telah disebar ketika pelaksanaan observasi lapangan.
- c. Analisis SWOT, dimana metode analisis ini untuk menganalisis faktor internal dan eksternal pariwisata dengan variabel kekuatan, kelemahan, peluang, dan

ancaman. Hasil dari analisis ini digunakan untuk merumuskan strategi yang digunakan untuk pengembangan pariwisata.

Pembahasan

Karakteristik Wisata di Kampung Jelekong

Daya tarik wisata Kampung Jelekong adalah kesenian berupa seni gambar, degung, jaipongan, calung, pecak silat, sisingaan, kacapi suling, wayang golek dan kesenian modern seperti orkes dangdut. Sedangkan budaya berupa pendalangan, pengrajin kriya dan melukis. Eksistensi seni gambar di Kampung Jelekong sudah ada sejak tahun 1964. Selain seni gambar berupa lukisan di Kampung Jelekong, seni seperti wayang golek pun tidak kalah menariknya, kesenian wayang golek di kampung ini juga memiliki sanggar, galeri, dan sentra krajinan kriya wayang. Kesenian di kampung ini yang sudah banyak dikenal masyarakat luas adalah wayang golek dan seni gambar berupa lukisan, kesenian yang sudah turun temurun ini masih terus eksis sampai saat ini.



Gambar 1. Kegiatan Melukis di Kampung Jelekong

Sumber: Survey Lapangan Tahun 2022

Kebudayaan yang ada di Kampung Jelekong adalah budaya melukis dan pendalangan, Jelekong mulai terbentuk menjadi perkampungan pengrajin gambar/lukisan diperkirakan sekitar Tahun 1965. Industri kerajinan berjumlah 200-unit dengan jumlah tenaga kerja kurang lebih 800 orang merupakan sarana perekonomian terbanyak yang dominan di Desa Jelengkong. Selain itu kontrakan

rumah dengan jumlah 250 unit juga banyak tersedia untuk mengakomodir pengunjung yang ingin tinggal di kawasan ini untuk mendalami seni lukis.

Lukisan yang dihasilkan oleh para pengrajin di Jelekong terbagi menjadi tiga kelas, yaitu kelas bawah, menengah dan atas. Pembagian ini didasari atas kualitas kerja, besar dan bahan dasar yang nantinya menentukan harga jual. Tema lukisan kelas menengah ke bawah umumnya berupa bunga dan pemandangan yang terkesan sederhana, sementara untuk kelas atas umumnya pemandangan dan kegiatan manusia yang terkesan rumit. Untuk sistem penjualan lukisan yang dilakukan pengrajin biasanya disalurkan kepada pihak ketiga dan ada juga yang memjual secara pribadi.

Biasanya para pengrajin mengerjakan lukisan yang sudah dipesan sebelumnya dan baru membuat lukisan untuk dipajangkan di galeri dan sanggar. Selain dari pelatihan pendalangan, penampilan wayang golek serta pendalanganpun hadir di acara-acara tertentu seperti acara hajatan, pertunjukan teater untuk wisatawan, dan acara undangan lainnya yang berada di dalam maupun di luar kampung.



Gambar 2. Sanggar dan Galeri Lukisan Kampung Jekekong

Sumber: Survey Lapangan Tahun 2022

Sedangkan budaya pendalangan di Kampung Jekekong ini ditunjukkan beberapa kegiatan pelatihan pendalangan dan pertunjukan wayang. Menurut hasil wawancara dengan ketua Kompepar Giriharja Ibu Intan, memang kebudayaan pewayangan/ pendalangan itu banyak di daerah-daerah lain seperti Karawang dan Purwakarta, namun semuanya hampir mengindik ke Giriharja dari segi musik

maupun cara mainnya. Untuk di Kampung Jelekong sendiri memiliki 4 dalang dewasa dan 3 dalang cilik.



Gambar 3. Penampilan Wayang

Sumber: Survey Lapangan Tahun 2022

Dari sisi aksesibilitas, jaringan jalan menuju ke Kampung Jelekong sudah cukup baik. Selain itu, jalan tersebut juga mudah di tempuh baik menggunakan kendaraan roda empat maupun roda dua. Untuk pintu masuk ke Kampung Jelekong berbentuk gapura yang terletak di pinggir Jalan Raya Laswi yang merupakan jalan arteri sekunder yang menghubungkan antar kecamatan dan juga merupakan akses utama rute perjalanan ke Kota Garut tanpa melewati tol.



Gambar 4. Gapura Kampung Jelekong

Sumber: Survey Lapangan Tahun 2022

Untuk menuju ke Kampung Jelekong dapat di tempuh dengan berbagai cara. Transportasi umum yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan angkutan umum seperti angkot, bis, ataupun minibus yang berjurusan ke Majalaya sehingga nanti akan diantarkan pas didepan gapura Kampung Jelekong.



Gambar 5. Moda Transpotasi Menuju Kampung Jelekong

Sumber: Survey Lapangan Tahun 2022

Petunjuk arah untuk mengetahui lokasi Kampung Jelekong sudah dilengkapi dan terpasang di beberapa titik jalan. Hal ini penting karena bermanfaat untuk wisatawan yang ingin berkunjung agar tidak tersesat atau kebingungan untuk menuju ke Kampung Jelekong. Selain dari papan petunjuk jalan menuju ke Kampung Jelekong, ada beberapa landmark yang menandakan bahwa wisatawan sudah berada di kawasan kampung.



Gambar 6. Rambu Jalan Menuju
Kampung Jelekong



Gambar 7. Landmark Menuju
Kampung Jelekong

Sumber: Survey Lapangan Tahun 2022

Fasilitas pendukung di Kampung Jelekong di lengkapi beberapa toilet yang dapat digunakan oleh para pengunjung wisata seni dan budaya Kampung Jelekong. Hampir semua toilet yang berada di Kampung Jelekong ini masih kurang terbilang nyaman bagi pengunjung. Sedangkan untuk kondisi air di Kampung Jelekong terbilang bersih dan sejuk hal ini dimungkinkan karena lokasi kampung yang berada di pegunungan.



Gambar 8. Kondisi Toilet di Kampung Jelekong

Sumber: Survey Lapangan Tahun 2022

Selain berwisata kesenian, para pengunjung Kampung Jelekong juga dapat membeli oleh-oleh khas seperti kerajinan, kuliner, dan fashion. Untuk tempat oleh-oleh di kampung ini berada di setiap galeri yang menjajarkan oleh-oleh khas.



Gambar 9. Tempat Oleh-oleh Kampung Jelekong

Sumber: Survey Lapangan Tahun 2022

Dapat dilihat pada gambar, bahwa lokasi tempat belanja oleh-oleh yang ada di Kampung Jelekong berbentuk toko/kios yang berada di pinggir jalan utama kampung.

Tempat parkir di Kampung Jelekong berada di dekat pintu masuk tepatnya di padepokan wayang. Tempat parkir ini hanya dipakai jika wisatawan menggunakan bis yang relatif membutuhkan lahan parkir yang besar. Sementara untuk wisatawan yang menggunakan kendaraan pribadi seperti kendaraan beroda empat dan dua dapat parkir di dalam kawasan kampung.



Gambar 10. Tempat Parkir di Kampung Jelekong

Sumber: Survey Lapangan Tahun 2022

Untuk fasilitas penginapan di Kampung Jelekong itu ditempatkan di setiap rumah pemilik sanggar dan galeri, ada juga penginapan yang berbentuk kontrakan. Wisatawan yang berkunjung untuk belajar kesenian yang diharuskan menginap biasanya oleh pemilik sanggar dapat menempati rumahnya yang memiliki ruangan kosong dan dikhususkan untuk wisatawan yang belajar kesenian.



Gambar 11. Tempat Makan dan Penginapan di Kampung Jelekong

Sumber: Survey Lapangan Tahun 2022

Tempat makan yang ada di Kampung Jelekong pada umumnya berbentuk rumah makan seperti warteg, rumah makan Padang, dan rumah makan khas sunda. Rumah makan ini dapat ditemukan didalam kawasan kampung dengan bentuk toko ataupun rumah dipinggir Jalan Laswi-Jalan Jelekong. Adapun rumah makan yang terdapat di luar Kawasan Wisata Sejarah Seni Budaya Jelekong sepanjang Jalan Raya Laswi yang berada dipinggir dengan bentuk ruko. Untuk sarana tempat makan di kampung ini terbilang cukup memadai untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, yang

didukung dengan banyaknya warung kelontong dan pedagang makanan yang ada di luar maupun di dalam Kampung Jelekong.

Pengelolaan di Kampung Jelekong sebagai kampung seni dan budaya dikelola oleh Kelompok Pengelola Pariwisata. Berdasarkan Surat Keputusan Kelompok Penggerak Pariwisata Kabupaten Bandung menetapkan Kompepar unit kecamatan, salah satunya Kompepar Giriharja melalui SK Kompepar Kab. Kompepar unit diembankan tugas utama melakukan perencanaan dan melaksanakan fungsi penggerak pariwisata di tingkat unit Daya Tarik Wisata /Objek Daerah Tujuan Wisata yang mencakup promosi, sosialisasi, sosial dan pencitraan seni budaya dan kepariwisataan diwilayahnya. Kompepar Giriharja memiliki program-program yaitu:

- Hari Wayang Nasional, yang mana pada program ini kompepar menyediakan berbagai acara seperti penampilan wayang dan pameran wayang golek.
- Giriharja *Go to School*, dimana para seniman mengunjungi berbagai sekolah guna bersosialisasi mengenai seni dan budaya dan pentingnya mempertahankannya khususnya pewayangan, pendalangan dan seni melukis. Sejalan dengan misi kompepar yakni untuk memperkenalkan dan menarik minat terhadap Kebudayaan Sunda pada generasi muda agar tetap dilestarikan.
- Melakukan sosialisasi kepada pemerintah melalui Disbudpar dan Disdik untuk bekerjasama dalam meningkatkan kualitas pendidikan khususnya dalam mata pelajaran seni dan budaya di setiap jenjang pendidikan untuk datang ke Kampung Jelekong yang akan disajikan dengan pertunjukan wayang golek.



Gambar 12. Paket Wisata di Kampung Jelekong

Sumber: Survey Lapangan Tahun 2022

Untuk media promosi Kampung Jelekong menggunakan media online, pengunjung dapat melihat segala informasi dan kegiatan di Kampung Jelekong dengan mengunjungi akun Instagram Kompepar Giriharja.



Gambar 13. Sosial Media Kompepar Giriharja

Sumber: Intagram.com & Facebook.com

Analisis Karakteristik Pengunjung

Karakteristik pengunjung yang datang ke Kampung Jelekong dilihat berdasarkan jenis kelamin, umur, domisili, pekerjaan, motivasi berkunjung dan cara mengetahui informasi Kampung Jelekong. Hasil pengkajian terhadap karakteristik pengunjung pariwisata di Kampung Jelekong berdasarkan kelompok umur diperoleh hasil bahwa pengunjung yang datang mengunjungi Kampung Jelekong sebagian besar dari kelompok usia ≤ 20 tahun dengan jumlah pengunjung 78 orang disusul oleh kelompok umur 21-30 tahun dengan jumlah 20 orang.

Tabel 1. Pengunjung Berdasarkan Kelompok Umur

Kelompok Umur	Jumlah Responden (Jiwa)
≤ 20 Tahun	93
21 – 30 Tahun	30
31 – 40 Tahun	1
41 – 50 Tahun	1
> 50 Tahun	1
Jumlah	126

Sumber: Hasil Analisis Tahun 2022

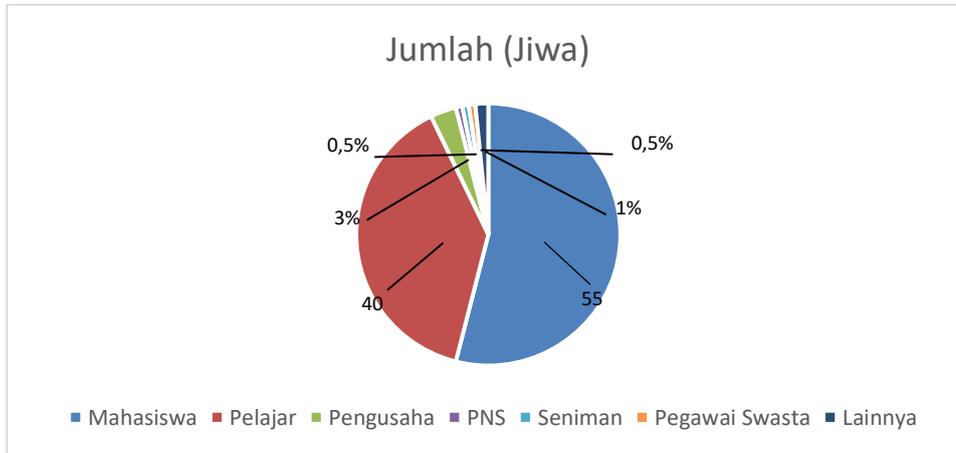
Mayoritas pengunjung masih didominasi oleh responden yang berasal dari Bandung Raya yaitu Kota Bandung, Kabupaten Bandung, dan Kabupaten Bandung Barat. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar, terdapat 62 responden yang berasal dari Bandung Raya, sisanya sebanyak 38 responden berasal dari luar Bandung, diantaranya dari DKI Jakarta, Banten, dan Bekasi, yang sedang berkunjung untuk belajar seni lukis maupun bertemu teman sesama seniman. Para responden yang berasal dari luar Bandung menggambarkan bahwa Kawasan Wisata Sejarah Budaya Jelekong memiliki potensi untuk menjadi tempat pariwisata yang berskala local maupun nasional.



Gambar14. Pengunjung Berdasarkan Domisili

Sumber: Hasil Analisis Tahun 2022

Berdasarkan pekerjaan responden, diperoleh hasil bahwa pengunjung yang datang didominasi oleh pengunjung yang bersetatus sebagai mahasiswa dengan jumlah 58 dan pelajar dengan jumlah 34. Banyaknya mahasiswa dan pelajar yang datang ke Kampung Jelekong dengan tujuan untuk kebutuhan studi, seperti Peraktek Kerja Lapangan (PKL) dan pelatihan melukis dan kesenian lainnya.



Gambar 15. Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan

Sumber: Hasil Analisis Tahun 2022

Karakteristik pengunjung Kampung Jelekong dalam mengetahui informasi mengenai Kampung Jelekong, peneliti mendapatkan hasil bahwa mayoritas pengunjung Kampung Jelekong mendapatkan informasi dari media sosial yaitu sebanyak 42 responden, dan selanjutnya pengunjung mendapatkan informasi secara lisan dari teman sebanyak 34 responden, dan disusul dengan jumlah sebanyak 10 responden yang mendapatkan informasi dari komunitas. Untuk lebih jelasnya mengenai data tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Pengunjung Berdasarkan Cara Mengetahui Informasi Kampung Jelekong

Sumber Informasi Pengunjung	Jumlah (Jiwa)
Teman	44
Keluarga	14
Media Sosial	52
Media Massa	-
Komunitas	16
Jumlah	126

Sumber: Hasil Analisis Tahun 2022

Motivasi pengunjung yang datang ke Kampung Jelekong sangat beragam. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, banyaknya pengunjung yang datang ke Kampung Jelekong untuk menambah wawasan dan belajar mengenai seni budaya yang ada disana dan beberapa pengunjung yang ingin bersenang-senang ataupun berwisata sekedar melihat berbagai lukisan di setiap galeri ataupun untuk menuju ke beberapa objek wisata yang ada di bagian selatan Jelekong seperti Gunung Pipisan dan Goa Landak. Pengunjung dengan motivasi untuk menambah wawasan atau belajar sebanyak 58 responden, selanjutnya pengunjung dengan motivasi bersenang-senang dengan jumlah 35 responden, untuk pengunjung dengan tujuan kegiatan bisnis terdapat 4 responden, dan pengunjung dengan motivasi lainnya seperti berkunjung ke sanak saudara maupun bertemu teman sebanyak 3 responden.

Tabel 3. Pengunjung Berdasarkan Motivasi Berkunjung Ke Kampung Jelekong

Motivasi Pengunjung	Jumlah (Jiwa)
Besenang-senang/Berwisata	56
Menambah Wawasan/Belajar	62
Kegiatan Bisnis	4
Lain-lainnya	4
Jumlah	126

Sumber: Hasil Analisis Tahun 2022

Kegiatan wisatawan dalam menghabiskan waktu di Kampung Jelekong pada umumnya adalah 2-3 jam yaitu sebanyak 60 responden, adapun responden yang menjawab biasanya menghabiskan waktu >3 Jam yaitu sebanyak 32 responden. Hasil lain dari penelitian yang didapat, bahwa pengunjung yang datang hanya untuk belajar berkesenian di Kampung Jelekong dan dalam kegiatan berbisnis. Di Kampung Jelekong belum adanya wahana-wahana rekreasi seperti museum seni budaya dan wahana ekowisata maupun agro untuk sarana pengunjung menghabiskan waktu dengan menambah wawasan dan jam kunjungan yang lebih lama. Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik pengunjung berdasarkan lama waktu berkunjung dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. Pengunjung Berdasarkan Lama Waktu Kunjungan Di Kampung Jelekong

Lama Waktu Berkunjung	Jumlah (Jiwa)
<1 Jam	4
2-3 Jam	90
>3 Jam	32
Jumlah	126

Sumber: Hasil Analisis Tahun 2022

Strategi Pengembangan Kawasan Berdasarkan Analisis SWOT

Beberapa variabel yang dapat dilihat sebagai aspek kekuatan (*Strenght*) dalam pengembangan pariwisata di Jelekong terdiri atas:

1. Kekuatan (*Strength*)

Beberapa variabel yang dapat dilihat sebagai aspek kekuatan (*Strenght*) dalam pengembangan pariwisata di Jelekong terdiri atas:

a. Seni budaya menjadi *brand image* di Jelekong

Seni dan budaya yang terdapat di Jelekong menjadikan daya tarik wisatawan untuk berkunjung, terlebih kesenian yang ada seperti seni gambar/lukisan dan budaya pendalangan yang sudah cukup terkenal.

b. Kemudahan akses

Aksesibilitas menuju kampung Jelekong terbilang cukup mudah untuk dituju, dengan ketersediaan angkutan umum berupa angkot dengan jurusan Ciparay-Majalaya, papan penunjuk arah kawasan sejarah seni budaya, dan landmark yang menandakan Kampung Jelekong.

c. Atraksi wisata yang beragam

Keberagaman atraksi yang ada di Jelekong menjadikan potensi guna mendukung pengembangan pariwisata di Kecamatan Baleendah, terlihat dari berbagai atraksi berupa galeri lukis, padepokan wayang, sentra pengrajin wayang yang merupakan wisata seni budaya dan objek yang memiliki potensi wisata seperti goa landak yang berada di bagian selatan Jelekong dan adanya pusat penelitian agro milik perguruan tinggi.

d. Kelengkapan Komponen Pariwisata

Jelekong sudah dapat memenuhi berbagai komponen pariwisata yaitu atraksi, aksesibilitas, akomodasi, dan pengelolaan. Atraksi berupa keunikan khas Jelekong yaitu seni dan budaya, aksesibilitas berupa ketersediaannya jalan yang cukup.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Beberapa variabel yang dapat dilihat sebagai aspek kelemahan (*Weakness*) dalam pengembangan pariwisata di Jelekong terdiri atas:

a. Kurangnya SDM yang memiliki kemampuan untuk mengelola sektor pariwisata yang dituntut sikap dan perilaku yang kreatif dan inovatif

Pengelolaan wisata sejarah dan budaya Jelekong kurang mencukupi terutama ketersediaan sumberdaya manusianya. Hal ini terjadi karena kurangnya kemampuan mereka mengenai pariwisata, selain itu dalam pengelolaan internal Kompeparpun kurangnya pengetahuan mengenai hal tersebut.

- b. Promosi wisata Jelekong yang dilakukan dengan belum terencana dan terprogram dengan baik

Seiring zaman modernisasi, perkembangan sosial media menjadi objek potensial untuk promosi pariwisata. Hal ini terjadi di Kampung Jelekong dengan kondisi para pelaku seni melakukan promosi untuk kepentingan kelompoknya sendiri, terlihat dari berbagai nama di media sosial mengenai komunitas yang memiliki media sosial diluar nama pengelola pariwisata setempat yakni Kompepar Giriharja. Kemungkinan hal ini terjadi karena kurangnya sosialisasi dari mereka yang paham mengenai pariwisata tentang pentingnya promosi guna mengembangkan daerahnya.

- c. Aksesibilitas yang belum memadai ke objek dan daya tarik wisata di bagian selatan Jelekong

Untuk menuju objek wisata di bagian selatan Kampung Jelekong yang berbentuk wisata alam seperti Goa Landak, kurangnya aksesibilitas berupa sarana transportasi dan kondisi jalan. Belum adanya transportasi yang menuju ke objek wisata bagian selatan hal ini dimungkinkan karena lokasinya yang jauh dari pintu masuk kawasan seni dan budaya Jelekong dan kurangnya promosi mengenai objek wisata di bagian selatan ini. Untuk kondisi jalan di bagian selatan beberapa masih ada yang belum dibeton dan diaspal, dengan lebar jalan yang hanya muat untuk satu mobil.

- d. Belum terseksplornya objek potensial dan daya tarik selain aktivitas seni budaya masyarakat

Kampung Jelekong dengan keragaman budaya dan keseniannya tidak luput dari keindahan alam yang ada. Dengan kondisi alam yang terbentuk dari sejarah budaya masyarakatnya yang berasal sebagai petani padi, membuat kampung Jelekong dihampari dengan lahan sawah yang luas. Terdapat tempat penelitian yang dikelola oleh perguruan tinggi UNPAD, dapat menjadi objek wisata yang potensial

untuk dijadikan wisata agro, dan kondisi alam yang dilatarbelakangi dengan dataran tinggi dibagian selatan, adapun objek potensial seperti Goa Landak dan Gunung Pipisan yang dapat dijadikan objek potensial untuk pariwisata di Jelegong sebagai pariwisata berbasis lingkungan alam. Dilain sisi menurut Slak Valek (2020) “word of art” yaitu kekuatan potensi seni yang dimiliki sangat berpengaruh pada ‘word of mouth’ yaitu promosi berdasarkan rekomendasi pengunjung. Sehingga hal ini perlu lebih dimaksimalkan.

Faktor Eksternal

1. Peluang (*Opportunity*)

a. Adanya pusat penelitian pertanian yang milik perguruan tinggi di Jelegong

Adanya pusat penelitian pertanian di Jelegong ini menjadi peluang potensial untuk memajukan pertanian di Jelegong, terlebih untuk mendukungnya wisata dengan basis pertanian (agro). Letaknya yang berdampingan dengan kawasan sejarah seni budaya Jelegong terlebih lagi Kelurahan Jelegong memiliki hamparan persawahan yang luas dan tradisi masyarakat yang memang berawal dari pertanian.

b. Terdapatnya padepokan wayang

Padepokan wayang ini menjadi peluang sebagai promosi wisata Jelegong disini. Pasalnya padepokan ini sering digunakan untuk acara kebudayaan di Bandung. Selain itu dengan kondisinya yang luas dapat menampung banyak wisatwan yang datang, terlebih untuk padepokan wayang hanya berada di Jelegong untuk kawasan Jawa Barat, dan berpotensi menjadi *brand image* Jelegong sebagai wisata seni budaya sundanya.

c. Pusatnya pengerajin seni di Bandung

Berbagai seni berupa lukisan, kriya, pahat, seta pewayang Jelegong sangat mendominasi di Bandung. Hal ini menjadikan Jelegong sebagai pusatnya pengerajin.

Tidak jarang konsumen yang memesan untuk acara tertentu dan industri pengrajin ini dapat menyumbang pemasukan daerah, dan dapat meningkatkan kunjungan wisata di Jelekong.

d. Keindahan alam yang luas dan berkesan asri

Jelekong yang terletak didataran tinggi yang di bagian belakang terdapat pengunungan yang indah yakni Gunung Pipisan, menjadikan kampung ini memiliki keindahan alam yang asri, keindahan alam ini dapat menjadi peluang untuk wisatawan berkunjung ke Jelekong. Beberapa objek wisata di bagian selatan Jelekong terdapat objek geologi yaitu Goa Landak yang menjadi potensi untuk dijadikan objek wisata, dan bentang alam yang indah sering dikunjungi olah wistawan yang datang untuk mendaki dan sekedar menikmati keindahan alan Jelekong.

2. Ancaman (*Threats*)

a. Kurangnya kebijakan pemerintah dalam membantu pengembangan wisata Jelekong

Peran kebijakan pemerintah dalam membangun pariwisata sangatlah penting. Kurangnya kebijakan terkait pengembangan pariwisata di Jelekong menjadi ancaman wisata sejarah seni budaya Jelekong untuk berkembang. Sejauh ini untuk Jelekong sendiri tercaantum dalam RTRW Kabupaten Bandung dengan penetapan sebagai kawasan wisata sejarah seni budaya, dan belum adanya program lanjutan terkait pengembangan wisata di Jelekong.

b. Banyaknya objek wisata di Kabupaten Bandung yang lebih menarik dan terkelola dengan baik

Persaingan industri pariwisata dalam menarik wisatawan sangatlah penting dalam perkembangan objek wisata sendiri. Objek wisata di Kabupaten Bandung dengan basis ekowisata atau keindahan alam sangat terkelola dengan baik seperti

Bumi Perkemahan Ranca Upas Ciwidey. Sedangkan untuk objek wisata di Kecamatan Baleendah yang sudah terkelola dengan baik yaitu wisata Kampung Batu Malakasari. Hal ini yang menjadi ancaman untuk wisata sejarah seni budaya Jelekong untuk menjadi saingan dalam sektor pariwisata.

Dalam matrik SWOT pengembangan Kawasan Sejarah Seni dan Budaya Jelekong dapat di lihat pada tabel di bawah ini

Tabel 4. Matriks SWOT

	<p>Kekuatan (<i>Strength</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Seni budaya menjadi <i>brand image</i> di Jelekong 2) Atraksi wisata seni budaya yang beragam 3) Kelengkapan komponen pariwisata 4) Kemudahan akses 	<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kurangnya SDM yang memiliki kemampuan untuk mengelola sektor pariwisata yang dituntut sikap dan perilaku yang kreatif dan inovatif 2) Promosi wisata Jelekong yang dilakukan belum terencana dan terprogram dengan baik 3) Aksesibilitas yang belum memadai ke objek dan daya tarik wisata di bagian selatan Jelekong 4) Belum terseksploranya objek potensial dan daya tarik selain aktivitas seni budaya masyarakat
<p>Peluang (<i>Opportunity</i>)</p>	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Pembuatan acara seni budaya sunda dengan 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Peningkatan sumberdaya

<ol style="list-style-type: none"> 1) Terdapatnya padepokan wayang 2) Adanya pusat penelitian pertanian milik perguruan tinggi di Jelekong 3) Keindahan alam yang luas dan berkesan asri 4) Pusatnya pengerajin seni di Bandung 	<p>memanfaatkan padepokan wayang dan kontribusi seniman jelekong untuk melakukan pemeran kesenian, seperti kegiatan Seba Jelekong</p> <ol style="list-style-type: none"> 2) Pengembangan dan diversifikasi kegiatan agrowisata pada lahan pertanian dan ekowisata pada hutan di Gunung Pipisan di Jelekong 3) Mengembangkan potensi industri kerajinan untuk mensejahterakan masyarakat 	<p>manusia dalam bidang kepariwisataan</p> <ol style="list-style-type: none"> 2) Meningkatkan promosi dan komikasi daerah tujuan wisata denngan memanfaatkan teknologi informasi (IT) 3) Perancangan kawasan pusat wisata Jelekong
<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kurangnya kebijakan pemerintah dalam membantu pengembangan wisata Jelekong 2) Banyaknya objek wisata di Kabupaten Bandung yang lebih menarik dan terkelola dengan baik 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Fokus meningkatkan potensi pariwisata berbasis seni budaya Jelekong dengan: <ul style="list-style-type: none"> • Menyediakan lahan untuk pusat wisata seni budaya Jelekong • Menyediakan komplek industri untuk para pengrajin yang nantinya dapat di gunakan untuk objek wisata yang potensial dan dapat mendukung perekonomian 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Mengadakan program pembinaan dan pengembangan pariwisata di Jelekong oleh pemerintah meliputi: <ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan pengelolaan kawasan wisata bagi pengurus kelompok internal Jelekong • Pemberian bantuan berupa sarana perindustrian

	<p>masyarakat lokal dan pendapatan daerah</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan hubungan kelembangan dengan perguruan tinggi untuk menciptakan acara dan objek-objek kesenian yang beragam dan menarik <p>2) Mendukung potensi agro dengan kontribusi perguruan tinggi untuk mengembangkan pertanian yang ada di Jelekong dan melakukan pengembangan kearah industri pariwisata berbasis agro</p>	<p>berbasis kerajinan seperti penyediaan sumber-sumber pembiayaan, penyedian pasar, promosi dan pameran serta penyediaan kemitraan usaha untuk mendukung pengembangan industri kerajinan agar produk yang dihasilkan memiliki daya saing dengan wilayah lain sehingga pertumbuhan sektor industri kerajinan bisa tumbuh dengan cepat</p> <p>2) Pengembangan wilayah melalui koridor agro dan ecowisata berbasis masyarakat</p>
--	--	--

Strategi S – O

1. Pembuatan acara seni budaya sunda dengan memanfaatkan padepokan wayang dan kontribusi seniman jelekong untuk melakukan pemeran kesenian, seperti kegiatan Seba Jelekong (S1, S4, O1)

2. Pengembangan dan diversifikasi kegiatan agrowisata pada lahan pertanian dan ekowisata pada hutan di Gunung Pipisan di Jelekong (S2, S3, P2, P3)

Diversifikasi produk wisata yang ada di Jelekong dilakukan tidak untuk mengubah melainkan menambah keragaman produk wisata yang sedang ada dan potensial untuk menghindari dari kejenuhan dan memperpanjang lama waktu kunjungan wisata. Diversifikasi dilakukan dengan penambahan objek wisata buatan yang dirasa paling mudah penyelesaiannya untuk menjawab tantangan industri pariwisata.

3. Mengembangkan potensi industri kerajinan untuk mensejahterakan masyarakat (S4, O4)

Kerajinan yang ada di Jelekong berbasis kesenian seperti kerajinan wayang golek, media lukis, dan lukisan yang sudah matang menjadikan jelekong memiliki banyaknya industri kerajinan. Berdasarkan hasil kajian peneliti banyaknya industri kerajinan yang berada di setiap-setiap galeri terutama galeri wayang golek yang berbentuk *home industry*, sebab itulah perlunya mengembangkan potensi industri kerajinan yang ada di Jelekong dengan menyediakan tempat khusus untuk para pengerajin menaruh hasil karyanya untuk dapat dijual, tempat khusus dapat berupa galeri display kerajinan khas Jelekong. Pandemi Covid-19 memberikan dampak buruk bagi para pengrajin di Kampung Jelekong, hal ini karena terbatasnya mobilitas antar masyarakat yang menjadi kesulitan pelanggan datang ke Jelekong, beberapa wisatawan yang datang juga dibatasi karena memang objek wisata yang berbaur dengan permukiman masyarakat. Beberapa mahasiswa yang sedang melakukan penelitianpun dipulangkan. Selama pandemic banyak pengerajin yang beralih profesi dan beberapa pelaku seni yang lebih memilih bekerja diluar Kampung Jelekong. Untuk menghidupi dan mempertahankan seni budaya Jelekong yang berbasis seni budaya berbentuk kerajinan perlunya dukungan dari berbagai pihak untuk

keberlangsungan industri pengrajin, Sebab dari itulah perlu dikembangkannya kerajinan yang ada di Jelekong dengan menggunakan program CSR (*Corporate Social Responsibility*) guna memberikan modal untuk pengrajin dalam menjalankan tugasnya yang nantinya dapat mensejahterahkan masyarakat dan dapat mendukung perkembangan pariwisata.

Strategi W – O

1. Peningkatan sumberdaya manusia dalam bidang kepariwisataan (W1, O1, O3)

Jelekong telah ditetapkan sebagai Kawasan Sejarah Seni Budaya, sebab itulah perlunya kepedulian terhadap wisata di Jelekong dengan dilakukannya pelatihan terhadap pengelolaan wisata dan sosialisasi tentang sadar wisata dan pelatihan pemandu wisata oleh masyarakat. Masyarakat yang telah mengikuti pelatihan mengenai pengelolaan wisata dapat mengaplikasikan untuk mengembangkan wisata dengan menjadi pemandu wisata atau bidang lainnya. Sosialisasi oleh pemerintah hendaknya ditekankan kepada masyarakat untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terkait dampak negative terhadap lingkungan. Sosialisasi kepada masyarakat mengenai kebijakan pemerintah menjadi sangat penting agar terciptanya integrasi antar keduanya menjadi sejalan dalam pengembangan pariwisata di Jelekong.

2. Meningkatkan promosi dan komunikasi daerah tujuan wisata dengan memanfaatkan teknologi informasi IT (O2, O3, W2)

Keberhasilan pengembangan pariwisata di Jelekong tidaklah hanya tergantung pada seni budaya dan keindahan alam namun jauh lebih penting adalah sumberdaya manusia sebagai pengelola, system manajemen pengelola wisata dan informasi wisata itu sendiri. Sumberdaya manusia yang berkualitas serta manajemen pengelolaan yang baik dan informasi terkait wisata yang akurat, serta mudah diakses akan mampu mengembangkan potensi-potensi wisata menjadi lebih baik sehingga

mampu memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan penghasilan suatu daerah. Faktor penghambat perkembangan pariwisata adalah pola promosi dan system pengelolaan informasi wisata yang belum baik sehingga terkadang objek wisata menjadi tidak begitu populer dan tentunya tidak menjadi objek tujuan para wisatawan untuk berwisata. Keterbatasan informasi tentang tujuan wisata, objek wisata, produk atau hasil kerajinan, budaya dan tradisilokal serta sarana dan prasarana yang tersedia, serta masalah transportasi untuk mencapai suatu kawasan wisata juga makin membuat suatu kawasan tidak berkembang dengan baik. Dengan mengandalkan teknologi informasi pengelola dapat membuat berbagai poster yang menarik untuk kebutuhan promosi, hal ini perlu didukung dengan adanya pelatihan mengenai cara promosi yang baik dan penggunaan system informasi digital untuk mengembangkan promosi di Kampung Jelekong.

3. Perancangan kawasan pusat wisata Jelekong (O4, W3, W4)

Kawasan Sejarah Seni Budaya Jelekong terdapat di sepanjang jalan Laswi, sedangkan beberapa potensi ekowisata seperti Goa Landak dan Gunung Pipisan berada di selatan Kampung Jelekong serta potensi agrowisata dengan lahan pertanian yang mendominasi di Kelurahan Jelekong dan didukung dengan adanya perguruan tinggi pertanian yang berada di dekat gerbang masuk kampung. Dengan hal tersebut perlunya perancangan kawasan pusat wisata Jelekong sebagai sarana untuk menarik wisatawan yang datang dengan beragam objek wisata yang ada, dengan perancangan kawasan yang baik dan ketersediaan komponen pariwisata yang lengkap dapat menjadikan Jelekong sebagai tujuan wisata yang menarik. Tujuan kawasan pusat wisata ini guna memusatkan seluruh objek wisata dan produk-produk masyarakat dengan pembuatan museum seni budaya Jelekong sebagai *brand image* baru untuk pariwisata di Jelekong. Perancangan dan perencanaan pusat kawasan ini dapat dikonsepsikan dengan menggunakan ciri khas yang ada, seperti halnya budaya pewayangan yang ada di Kampung Jelekong. Perancangan kawasan pariwisata yang

nantinya akan dibentuk dapat berkonsepkan dengan bentuk gunung pada pewayangan yang mana bentuk ini jika dilihat dalam tampak atas akan mencerminkan citra kawasan Kampung Jelekong.

Selanjutnya untuk komponen yang akan dimasukkan dalam strategi perancangan pusat kawasan ini yang nantinya akan dirancang dengan mengedepankan objek pariwisata potensial yang ada dan diversifikasi objek wisata buatan, yang nantinya akan dipusatkan dan terciptanya keintegritasan antar objek wisata. Adapun beberapa komponen dibagi ke dalam beberapa blok kawasan setiap objek wisata yang akan di canangkan, seperti:

Kawasan Wisata Edukasi Seni dan Budaya Jelekong, Kawasan Agrowisata Pertanian, Kawasan Ekowisata, Kawasan Resort dan Penginapan, Kawasan Glamor Camping, Kawasan Area Parkir, Kawasan Perkemahan Gunung Pipisan, Kawasan Wisata Belanja, dan Kawasan Kampung Sapedah Gentong.

Bagaimanapun juga, integrasi ini akan menjamim kepuasan pengunjung yang berpengaruh pada keinginan pengunjung untuk datang kembali atau merekomendasikannya pada orang lain (Suhartanto, Brien, Primiana, Wibisono, & Triyuni, 2020). (Sthapit, Del Chiappa, Coudounaris, & Björk, 2020).



Gambar 4. 1 Konsep Rancangan Pusat Kawasan Pariwisata Kampung Jelekong

Sumber: Hasil Rancangan Peneliti Tahun

2022



Gambar 4. 2 Gunung Wayang Golek

Sumber: www.google.com/image

Strategi S – T

1. Fokus meningkatkan potensi pariwisata berbasis seni budaya Jelekong (S1, S2, S3, T1)

Jelekong terkenal dengan seni budayanya yang khas seperti melukis dan pendalangan wayang, sebab dari itulah pemerintah dan masyarakat harus andil untuk fokus mengembangkan pariwisata berbasis seni budaya. Beberapa strategi seperti menyediakan lahan untuk pusat wisata seni budaya Jelekong, menyediakan kompleks industri untuk para pengrajin yang nantinya dapat di gunakan untuk objek wisata yang potensial dan dapat mendukung perekonomian masyarakat local dan pendapatan daerah, dan meningkatkan hubungan kelembangan dengan perguruan tinggi untuk menciptakan acara dan objek-objek kesenian yang beragam dan menarik.

2. Mendukung potensi agro dengan kontribusi perguruan tinggi untuk mengembangkan pertanian yang ada di Jelekong dan melakukan pengembangan kearah industri pariwisata berbasis agro (S4, T2)

Luasnya lahan pertanian yang ada di Jelekong dapat menjadi lahan basah yang harus dikembangkan guna menciptakan objek wisata yang potensial seperti wista agro, peran keterlibatan perguruan tinggi sangatlah penting dalam hal pengembangan sector pertanian yang ada, dengan berbagai metode yang dapat diterapkan seperti adanya pusat wisata agro atau balai pertanian untuk sarana wisatawan dalam belajar bertani, beberapa program seperti pelatihan penanaman, kerajinan dari limbah pertanian, dan lainnya sehingga nantinya dapat menjadi sistem yang mendukung pariwisata di Kampung Jelekong.

Strategi W – T

1. Mengadakan program pembinaan dan pengembangan pariwisata di Jelekong oleh pemerintah (W1, W2, T1)

Kontribusi pemerintah dalam pengembangan pariwisata sangatlah penting, dengan mengadakannya program pembinaan dan pengembangan pariwisata yang terfokus melalui pelatihan pengelolaan kawasan wisata bagi pengurus kelompok internal Jelekong dan pemberian bantuan berupa sarana perindustrian berbasis kerajinan seperti penyediaan sumber-sumber pembiayaan, penyediaan pasar, promosi dan pameran serta penyediaan kemitraan usaha untuk mendukung pengembangan industri kerajinan agar produk yang dihasilkan memiliki daya saing dengan wilayah lain sehingga pertumbuhan sector industri kerajinan bisa tumbuh dengan cepat. Seperti yang disampaikan Tan, Tan, Luh, and Kung (2016) bahwa kampung kreatif akan mampu bersaing dan berlanjut apabila ada inovasi yang diiringi dengan pendampingan dan pelatihan yang kontinyu.

2. Pengembangan wilayah melalui koridor agro dan ekowisata berbasis masyarakat (W3, W4, T2)

Seni budaya di Jelekong sudah menjadi *brand image*, lain halnya dengan potensi pertanian dan keindahan alam yang ada, sebab itulah perlunya pengembangan pariwisata melalui koridor pertanian dan kondisi ekologi wilayah dengan menciptakan pariwisata dengan basis agro dan ekowisata yang nantinya dapat mendukung perkembangan pariwisata di Jelekong.

Kesimpulan

Kampung Jelekong memiliki potensi daya tarik wisata kesenian berupa seni gambar, degung, jaipongan, calung, pecak silat, sisingaan, kacapi suling, wayang golek dan kesenian modern seperti orkes dangdut. Potensi ini menjadi saran belajar bagi mahasiswa dan pelajar yang ingin memeperdalam ilmu seni. Namun sayangnya

fasilitas di kawasan ini masih perlu banyak dibenahi diantaranya toilet, ruang belajar, tempat parkir, dll. Peningkatan kualitas fasilitas dapat dilakukan melalui kerjasama misalnya dengan perusahaan melalui bentuk-bentuk CSR (*Corporate Sosial Responsibility*). Selain itu promosi kawasan ini pun perlu lebih diencarkan dengan menyasar sekolah-sekolah melalui rangkaian kegiatan yang rutin dilaksanakan di kawasan ini seperti pelatihan dan pameran beragam seni yang dapat dilakukan pada musim liburan sekolah, kerjasama promosi kegiatan juga dapat dilakukan dengan masyarakat dan pengunjung melalui berbagai platform media sosial.

Kampung ini juga menyuguhkan keindahan pemandangan alam yang dapat dilihat ketika pengunjung mulai memasuki area Kampung Jelekong. Sehingga pengembangan dan diversifikasi kegiatan agrowisata pada lahan pertanian dan ekowisata pada hutan di Gunung Pipisan di Jelekong, dapat menjadi alternatif daya tarik tambahan yang berpotensi mengembangkan kawasan ini. Dalam hal ini, berbagai pihak dapat bekerjasama dengan masyarakat setempat dalam mengembangkan kawasan ini mulai dari penguatan atraksi, perbaikan kualitas amenities wisata, penguatan pengelolaan

Daftar Pustaka

- Ardhala, A. D., Santoso, E. B., & Sulistyarso, H. (2016). Influence factors on the development of creative industry as tourism destination (Case Study: Footwear Village in Mojokerto City). *Procedia-Social Behavioral Sciences*, 227, 671-679.
- Bogdani, K. (2018). Creative Tourism in Urban Destinations: the case of Thessalonki.
- Booyens, I., & Rogerson, C. M. (2015). Creative Tourism in Cape Town: An Innovation Perspective. *Urban Forum*, 26(4), 405-424. doi:10.1007/s12132-015-9251-y
- Dias-Sardinha, I., Ross, D., & Calapez Gomes, A. (2018). The clustering conditions for managing creative tourism destinations: the Alqueva region case, Portugal. *Journal of Environmental Planning and Management*, 61(4), 635-655. doi:10.1080/09640568.2017.1327846

- Kastenholz, E., & Gronau, W. (2020). Enhancing Competences For Co-Creating Appealing and Meaningful Cultural Heritage Experiences in Tourism. *Journal of Hospitality Tourism Research*, 1096348020951637.
- Remoaldo, P., Matos, O., Gôja, R., Alves, J., & Duxbury, N. (2020). Management Practices in Creative Tourism: Narratives by Managers from International Institutions to a More Sustainable Form of Tourism. *Geosciences*, 10(2), 46.
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 102922. doi:<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- Slak Valek, N. (2020). Word-of-art: contribution of artists-in-residence to a creative tourism destination. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(2), 81-95. doi:10.1080/14766825.2018.1467920
- Sthapit, E., Del Chiappa, G., Coudounaris, D. N., & Björk, P. (2020). Tourism experiences, memorability and behavioural intentions: a study of tourists in Sardinia, Italy. *Tourism Review*, 75(3), 533-558. doi:10.1108/TR-03-2019-0102
- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., & Triyuni, N. N. (2020). Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction, and motivation. *Current Issues in Tourism*, 23(7), 867-879. doi:10.1080/13683500.2019.1568400
- Tan, S.-K., Tan, S.-H., Luh, D.-B., & Kung, S.-F. (2016). Understanding tourist perspectives in creative tourism. *Current Issues in Tourism*, 19(10), 981-987. doi:10.1080/13683500.2015.1008427
- Zhou, L., Tang, J., & Zou, R. (2019). Creative tourism, Social capital, and the Transformation of Urban Villages.
- Undang – Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
- Peraturan Daerah No. 22 Tahun 2010 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Jawa Barat Tahun 2009 – 2029
- Peraturan Daerah Kabupaten Bandung No. 27 Tahun 2016 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Bandung Tahun 2016 – 2036
- Peraturan Daerah Kabupaten Bandung No. 4 Tahun 2019 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2018 – 2025
- Resmawa, Ira Ningrum. (2019). Konsep dan Strategi Pengembangan *Creative Tourism* Pada Kampung Parikinan Surabaya. *STIE YAPAN*. Surabaya.

- Wisesa, Kresna Agung. (2018). Creativity Based Tourism in Kampung Kreatif Dago Pojok Bandung. *Fakultas Pariwisata Universitas Pancasila*. Jakarta.
- L.Arofah. (2017). Kajian Pengembangan Kampung Kreatif Studi Kasus Kampung Kreatif Cibunut, Kelurahan Kebon Pisang. *PWK Universitas Komputer Indonesia*. Bandung.
- Setiawan, Iwan Rizal. (2020). Kampung Eduwisata Hanjeli di Desa Waluran Mandiri Kabupaten Sukabumi. *Universitas Muhammadiyah Sukabumi*. Sukabumi
- Saraswati. (2014) Strategi Komunikasi Pengembangan Kreasi Wisata Kampung Rajut Binong Jati Sebagai Kampung Kreatif di Kota Bandung. *Tesis, ILKOM Universitas Pasundan*. Bandung.
- Purnamasari, Andi Maya. (2011) Pengembangan Masyarakat Untuk Pariwisata Di Kampung Wisata Toddabojo Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal PWK, Kementrian Kelautan dan Perikanan RI*. Jakarta Selatan.
- Kurniawan. (2018). Sociopreneurship Masyarakat Gusuran Dalam Membangun Konsep Kampung Wisata Tematik Topeng Malang. *IKIP Budi Utomo Malang*. Malang
- Nainggolan, Gogo Jhon. Strategi Pengembangan Pariwisata Dalam Mewujudkan Kota Pematangsiantar Menjadi Daerah Tujuan Wisata. *IPDN*. Pematangsiantar.
- Arthanovia. (2020). Strategi dan Program Puri Sayan Sebagai Daya Tarik Wisata Heritage Di Desa Sayan, Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata, Universitas Udayana*. Denpasar.
- Nalayani, Ni Nyoman. (2016). Evaluasi Dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Kabupaten Badung, Bali. *JUMPA, Universitas Udayana*. Denpasar.
- Marhendi. (2021). Analisi Strategi Pengembangan Kepariwisata Kabupaten Jepara. *STIE Muhammadiyah Palopo*. Palopo.
- Diana. (2017). Peran Dan Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mendukung Pariwisata Di Desa Mas dan Desa Peliatan, Ubud. *Jurnal Analisis Pariwisata, Universitas Udayana*. Denpasar.
- Herlitasari. (2021). Strategi Pengembangan Ekowisata Mangrove Kampung Sejahtera Kelurahan Sumber Jaya Kota Bengkulu. *Universitas Bengkulu*. Bengkulu.
- Titisari. (2022) Strategi Pemberdayaan Dalam Pengelolaan Bunga Telang Sebagai Produk Unggulan Kampung Eduwisata Baran di Kota Malang. *Universitas Brawijaya*. Malang.