

**ANALISIS POTENSI PARIWISATA KREATIF :
STUDI KASUS EKONOMI KREATIF INDUSTRI
BORDIR KOTA TASIKMALAYA**



SKRIPSI

**Diajukan untuk
memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

**Torino Mahendra
2017110004**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA EKONOMI PEMBANGUNAN
Terakreditasi Berdasarkan Keputusan BAN-PT No. 1759/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2021**

**ANALYSIS OF CREATIVE TOURISM POTENTIAL : A
CASE STUDY OF THE CREATIVE ECONOMY OF THE
TASIKMALAYA CITY EMBROIDERY INDUSTRY**



UNDERGRADUATE THESIS

**Submitted to complete part of the requirements for
Bachelor Degree in Economics**

**By
Torino Mahendra
2017110004**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN DEVELOPMENT ECONOMICS
Accredited by National Accreditation Agency No. 1759/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2021**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA EKONOMI PEMBANGUNAN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS POTENSI PARIWISATA KREATIF : STUDI
KASUS EKONOMI KREATIF INDUSTRI BORDIR KOTA
TASIKMALAYA**

Oleh:

Torino Mahendra

2017110004

Bandung, Agustus, 2021

Ketua Program Studi Sarjana Ekonomi Pembangunan,

Ivantia Savitri Mokoginta, Ph.D.

Pembimbing,

Prof. Dr. Martinus Yuwana Marjuka, M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Torino Mahendra
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 17 Agustus 1999
NPM : 2017110004
Program Studi : Sarjana Ekonomi Pembangunan
Jenis naskah : Skripsi

JUDUL

ANALISIS POTENSI PARIWISATA KREATIF : STUDI KASUS EKONOMI
KREATIF INDUSTRI BORDIR KOTA TASIKMALAYA

Pembimbing : Prof. Dr. Martinus Yuwana Marjuka, M.Si.

MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri:

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarisme*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat merupakan peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU.No.20 Tahun 2003:
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan, dicabut gelarnya.
Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagai mana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal :
31/07/2021
Pembuat pernyataan :



(Torino Mahendra)

ABSTRAK

Industri kreatif di Kota Tasikmalaya mengalami peningkatan dalam kurun waktu 5 tahun ke belakang. Salah satu sub sektor industri kreatif penyumbang kontribusi terbesar adalah industri kreatif bordir. Seiring dengan perkembangan waktu industri kreatif bordir tidak hanya produksi dan menjual pada konsumen, namun saat ini produsen industri kreatif memberikan kesempatan konsumen untuk belajar aktif, mencoba, dan berekreasi dalam pembuatan produk kreatif. Hal ini membuat adanya nilai tambah dari konsumen dan produsen. Partisipasi aktif konsumen dalam proses kreatif telah menciptakan pengalaman bagi konsumen. Dari pengalaman yang di dapatkan, muncul konsep baru yaitu ekonomi pengalaman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari informasi dan melihat potensi dalam pembentuk pariwisata kreatif. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif di mana pengujiannya menggunakan triangulasi data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Industri bordir berpotensi untuk menjadi destinasi pariwisata berbasis budaya. Hal tersebut didasari oleh peningkatan jumlah industri, pendapatan, dan tenaga kerja. Dalam industri kreatif bordir terdapat partisipasi aktif antara wisatawan dan produsen. Sentra bordir Tasikmalaya juga merupakan ruang bagi terciptanya nilai tambah bagi produsen maupun konsumen. Pengalaman yang di dapat saat berwisata itulah yang merupakan bentuk interpretasi dan narasi dalam pariwisata kreatif.

Kata kunci : Industri Kreatif, Pariwisata Kreatif, Ekonomi Pengalaman, Nilai Tambah

ABSTRACT

Creative industries in Tasikmalaya city have increased in the past 5 years. One of the sub-sectors of the creative industry the biggest contributor is the embroidery creative industry. Along with the development of time embroidery creative industry is not only production and selling to consumers, but today creative industry producers provide opportunities for consumers to learn to be active, try, and recreation in the manufacture of creative products. This makes there added value from consumers and manufacturers. The active participation of consumers in the creative process has created an experience for consumers. From the experience obtained, a new concept emerges, namely the economics of experience. The purpose of this research is to seek information and see the potential in the shape of creative tourism. The method used in this study is qualitative method in which the test uses data triangulation. The results of this study show that embroidery industry has the potential to become a cultural-based tourism destination. This is based on an increase in the number of industries, incomes, and labour. In the embroidery creative industry there is active participation between tourists and manufacturers. Tasikmalaya embroidery center is also a space for the creation of added value for producers and consumers. The experience that can be when traveling is a form of interpretation and narrative in creative tourism.

Key words : *Creative Industry, Creative Tourism, Experience Economy, value-added*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan pada Tuhan yang Maha Esa. karena berkat dan penyertaannya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Analisis Potensi Pariwisata Kreatif : Studi Kasus Ekonomi kreatif industri Bordir Kota Tasikmalaya” dengan baik.

Penelitian ini terwujud dengan adanya dukungan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini peneliti akan menyampaikan ucapan terima kasih. Pertama, penulis mengucapkan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan kasih dan cintanya kedua, orang tua penulis bapak Tjong Lien Seng dan Lina Setiati yang senantiasa memberikan semangat dan juga harapan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

Tidak lupa penulis sampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing yaitu Prof. Dr. Martinus Yuwana Marjuka, M.Si. yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing, memberi kritik dan juga masukan dalam bidang akademik maupun non-akademik, selalu memotivasi dan menginspirasi penulis dalam mengerjakan penelitian, dan memberikan semangat sehingga penulis mampu menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan baik dan benar. semoga bapak sehat selalu. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan
2. Ibu Dr. Miryam B. Lilian Wijaya Selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan dosen wali penulis karena telah membantu perwalian dan juga menyarankan yang terbaik untuk penulis.
3. Ibu Ivantia Savitri Mokoginta, Ph.D. selaku ketua program Studi Sarjana Ekonomi Pembangunan
4. Ibu Januarita Hendrani, ibu Noknik Karliya Herawati, Ibu Hilda Leilani Masniaritta Pohan , Bapak Charvin Lim, bapak Franciscus Haryanto, bapak Ishak Somantri, Ibu Siwi Nugraheni, Bapak dian fordian, Bapak Agus, Bapak Dharma dan segenap dosen pengajar yang telah membagikan ilmu dan pembelajarn kepada penulis selama berada di Program Studi Ekonomi Pembangunan dan Fakultas Ekonomi
5. Kakak dari Penulis Gerry mahendra atas dukungan yang selalu diberikan kepada penulis
6. Pramuka trinitas Angkatan 4 Audya, Danny Bobby, Karen, Yosi, Joseph, Elin, Steven yang selalu mendukung dan juga mendorong penulis untuk berkembang.

7. Keluarga Besar UKM Korps Tenaga Sukarela UNPAR Asyifa, Pak Gugie, Bang ujan, Vania, Livina , Sou, Morthon, Kerin, Ari, Teja, Jessica, David, Thesa , Steven, Gaby, There, Yolana, Adel, Jason, serta anggota lain yang tidak disebutkan dalam memberikan semangat, pengalaman, motivasi, dan dukungan kepada penulis selama di kampus.
8. Teman- Teman Ekonomi Pembangunan UNPAR Angkatan 2017 Wiliam, Reno, Rizal, Shendy, Zen, Gema, Deo, Calvin, Dinda, Shinta, Noah, Alya, Danu, Hiromi, Naufal, Marcella, Dara, Erica, Elena, Gema, Putri dan juga masih banyak lagi yang tidak disebutkan satu persatu, atas dukungan dan doanya.
9. Teman-teman ekonomi pembangunan lainnya bang icul, kak garry, kak HPD, Kak Windy , Stefanie, Bang Bigail, Kak Selin, Bang Joseph, Ka Dika, Ka Mariska, Ka Ferensky, Theo, elang serta teman teman Angkatan 2013-2020 yang Namanya tidak dapat disebutkan 1 persatu. juga teman-teman FE UNPAR atas pengalaman dan dukungan yang sangat berharga selama penulis menempuh Pendidikan di Universitas Katolik Parahyangan.
10. Tim Geladi LPH, Mas YB , Mbak Ria, kak Meirene, kak Ely, dan teman-teman yang tidak disebutkan atas kerja sama selama melakukan kegiatan geladi.
11. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis, yang selalu menemani dan memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan penelitian ini, maka dari itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki di penelitian yang akan datang. Akhir kata tidak ada jalan yang bisa ditempuh tanpa terluka dan tak ada satu pun makhluk yang terlahir hanya untuk terluka, lakukan yang terbaik untuk menjadi lebih baik untuk hari esok. Semoga penelitian ini akan bermanfaat bagi semua pihak.

Tasikmalaya, 01 Agustus 2021

Penulis

Torino Mahendra

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1 Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kerangka Pemikiran	7
BAB 2 Tinjauan Pustaka	9
2.1. Pariwisata.....	9
2.2. <i>Experience Economy</i>	10
2.3. Ekonomi Kreatif	11
2.4. Ekosistem Kreatif.....	13
2.5. Industri Kreatif	13
2.6. Pariwisata Kreatif.....	14
2.7. Ekonomi <i>narrative</i>	15
2.8. Penelitian terdahulu.....	17
BAB 3 Metode Dan Objek Penelitian	19
3.1. Metode Penelitian.....	19
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.3. Metode Analisis Data.....	21
3.4. Lokasi Dan Waktu Penelitian	22
3.5. Validitas dan Otentitas Data	22
3.6. Teknik Analisis Data Kualitatif.....	25
3.7. Objek Penelitian	26
BAB 4 Hasil Dan Pembahasan	28

4.1.	Potensi Industri Kreatif Bordir Kota Tasikmalaya	28
4.2.	Bordir Sebagai Destinasi Wisata	31
4.3.	Nilai Tambah	31
4.4.	Industri Bordir Kota Tasikmalaya	33
4.4.1.	Sisi Penawaran (produsen Bordir)	35
4.4.1.1.	Masalah yang dihadapi sisi penawaran	38
4.4.2.	Sisi Permintaan (Wisatawan).....	39
4.4.3.	Sisi Pemerintah Pengambil Kebijakan Industri kreatif	40
BAB 5	Penutup	42
5.1.	Diskusi.....	42
5.2.	Kesimpulan.....	44
5.3.	Saran.....	44
LAMPIRAN I	DAFTAR PERTANYAAN	1
LAMPIRAN II	Hasil Wawancara	3
LAMPIRAN III	: Surat Perizinan	17
RIWAYAT HIDUP	PENULIS	1

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. model dari Ekonomi kreatif dan Industri kreatif.....	1
Gambar 2. Pertumbuhan PDB Ekonomi Kreatif 2015-2019	2
Gambar 3. Proses Pariwisata Berbasis Kreativitas	3
Gambar 4. Jumlah Wisatawan di Kota Tasikmalaya	4
Gambar 5. Kerangka Penelitian	7
Gambar 6. Empat Dimensi Ekonomi Pengalaman	10
Gambar 7. Konsep Pemikiran Pariwisata kreatif	15
Gambar 8. Triangulasi sumber.....	23
Gambar 9. Triangulasi Teknik	23
Gambar 10. Triangulasi Waktu	24
Gambar 11. Proses Triangulasi data.....	25
Gambar 12. Kota Tasikmalaya.....	26
Gambar 13. Jumlah tenaga kerja industri bordir Kota Tasikmalaya tahun 2016-2018.	29
Gambar 14. Nilai Produksi Industri Bordir 2016-2018	30
Gambar 15. Nilai Investasi Industri Bordir Kota Tasikmalaya 2016-2018 (dalam Ribuan)	31
Gambar 16. Bagaimana kreativitas menciptakan nilai tambah.....	32
Gambar 17. Gerbang Awal Sentra bordir Kota Tasikmalaya.....	33
Gambar 18. Ekosistem Produk Kreatif Bordir.....	34
Gambar 19. Motif Bordir “Gerbang Aceh”	36
Gambar 20. Penempatan Bengkel Bordir yang tepat di pinggir jalan	37
Gambar 21. Dimensi Ekonomi Pengalaman	42
Gambar 22. Interaksi produsen dan konsumen kreatif pada pariwisata kreatif.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Wisatawan yang berkunjung ke Kota Tasikmalaya	4
Tabel 2. Potensi Industri di Kota Tasikmalaya 2019.....	28
Tabel 3. Perkembangan jumlah industri bordir Kota Tasikmalaya tahun 2014-2019 ...	29
Tabel 4. narasumber wawancara.....	35

BAB 1

Pendahuluan

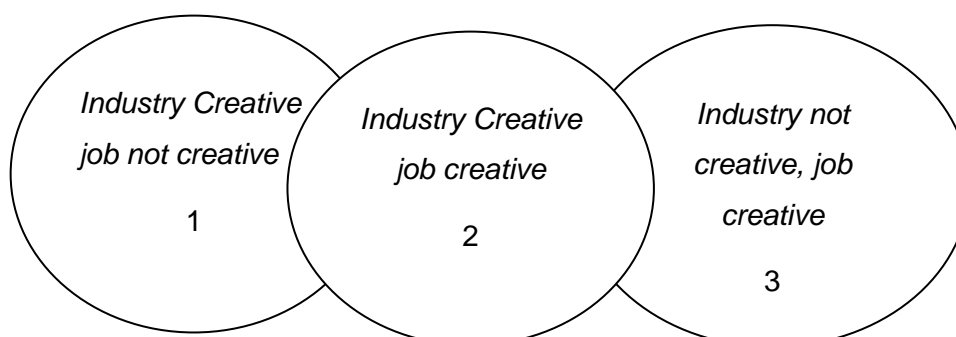
1.1. Latar Belakang Penelitian

Ekonomi kreatif tidak memiliki definisi tunggal tentang dan juga tidak ada konsensus mengenai rangkaian kegiatan ekonomi berbasis pengetahuan yang menjadi dasar industri kreatif. Tidak ada satu pun definisi yang cocok untuk semua, melainkan pilihan yang fleksibel dan strategis yang harus dibuat oleh pemerintah nasional untuk mengoptimalkan manfaat ekonomi kreatif mereka untuk pembangunan. UNCTAD (2018) dalam Lestariningsih et al.(2018)

Ekonomi kreatif dan industri kreatif merupakan dua kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dan saling terkait. Dasar utama produk kreatif adalah ide atau gagasan juga disertai oleh budaya (*cultural*). Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas (Purnomo, 2016). Sesuai dengan apa yang ada dalam 10 prinsip ekonomi yaitu "*rational people think at the margin*", kegiatan ekonomi akan menciptakan nilai tambah dan nilai tambah tersebut yang akan memperkecil "kelangkaan"(*Scarcity*).

Pengertian ekonomi kreatif yang tumpang tindih serta beririsan dengan industri kreatif serta beririsan pula dengan industri non-kreatif dapat dimodelkan sebagai berikut (Tera Consultants, 2011):

Gambar 1. model dari Ekonomi kreatif dan Industri kreatif



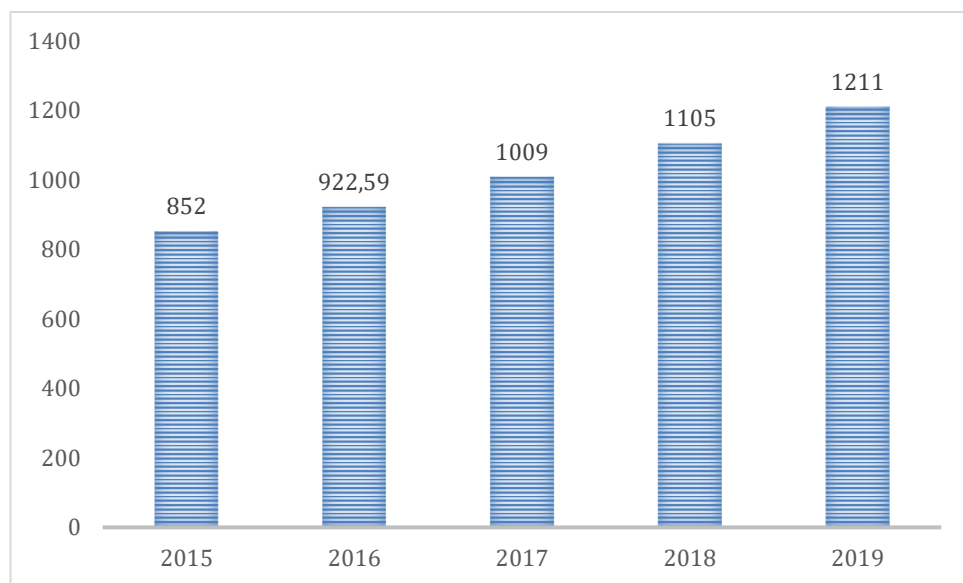
Sumber : Tera Consultants,(2011) (Data Diolah Penulis)

Dalam gambar di jelaskan bahwa jika ada 1,2,dan 3, maka suatu ekonomi dapat di katakan ekonomi kreatif namun jika hanya terdiri dari 1 dan 2 saja maka disebut industri kreatif. Dalam suatu ekonomi kreatif terdapat 3 bagian yaitu : a) *Core creative* (CCI) memproduksi dan mendistribusikan produk kreatifnya untuk pasar besar dalam dan luar negeri. TERA juga memasukkan sektor relevan lainnya yang bagian

utama Ekonomi Kreatif seperti perangkat lunak, basis data (*databases*), kegiatan percetakan, dan distribusi konten daring (*online distribution of content*). b) *Non core creative* (NCC) Berupa industri yang tidak memiliki suatu nilai kreatif namun berkontribusi pada industri kreatif seperti produksi dan penjualan. Industri ini dapat dikatakan rantai penghubung untuk industri kreatif. Dan ke 3, *Non-dedicated Support Industries* (NdSI) atau Industri Pendukung “Tidak Tergantung”. Berupa industri media, terkait kegiatan penyiaran, komunikasi, distribusi, penjualan produk budaya.

Pertumbuhan ekonomi yang didorong oleh ekonomi kreatif menunjukkan jumlah meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat pada data sebagai berikut:

Gambar 2. Pertumbuhan PDB Ekonomi Kreatif 2015-2019



Sumber : Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif 2019 (data diolah penulis)

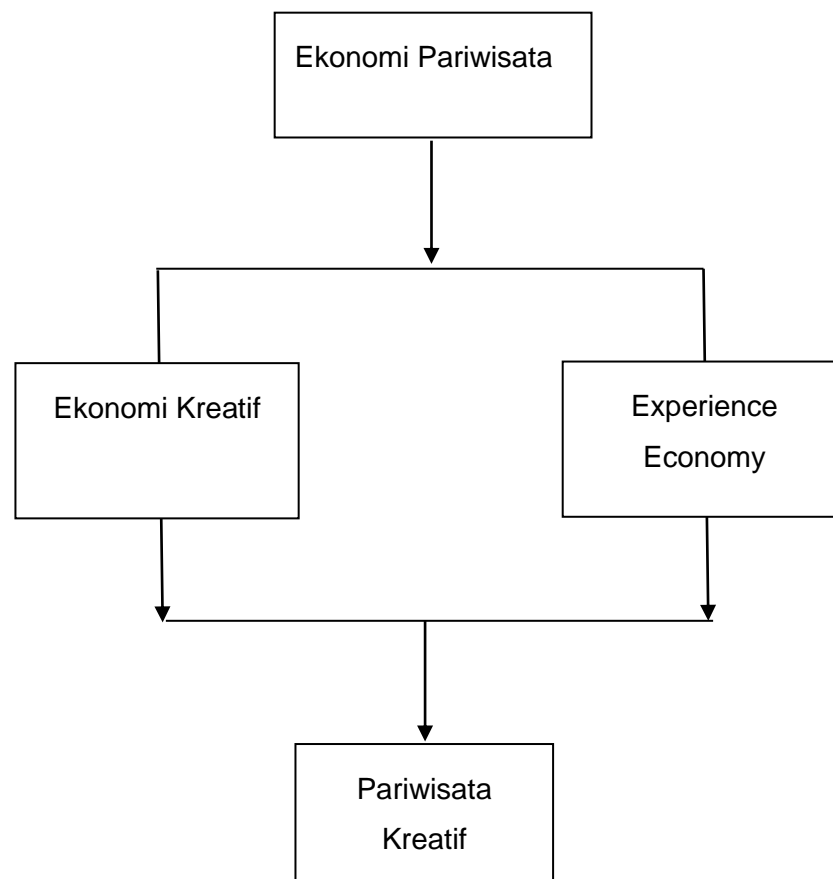
PDB merupakan salah satu permasalahan bagi negara berkembang khususnya negara Indonesia. Pertumbuhan ekonomi nasional didukung oleh pertumbuhan ekonomi seluruh daerah yang ada di Indonesia, maka diperlukan adanya peningkatan pertumbuhan guna mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah berbeda-beda karena memiliki sumber daya yang berbeda. Oleh sebab itu, pemerintah melakukan upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah guna mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu upaya pemerintah adalah dengan melakukan pada ekonomi kreatif yang ada di Indonesia .

Istilah Ekonomi kreatif mulai muncul Ketika Howkins (2001) menulis buku yang berjudul "*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*". Beliau mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai suatu kegiatan yang memiliki *input* dan *output* berbentuk gagasan. Orang yang kreatif dapat memiliki potensi untuk memperoleh penghasilan yang tinggi. Dalam ekonomi kreatif, pertumbuhan ekonomi yang tinggi

tergambar dari kompetisi antar individu dalam membuat inovasi. Ekonomi kreatif yang di dalamnya terdiri dari industri kreatif memiliki daya tawar yang tinggi di dalam ekonomi berkelanjutan karena modal kreativitas (*creativity capital*) yang digunakan untuk membuat suatu ide dan gagasan. Maka dari itu pelaku dalam industri kreatif tidaklah cukup hanya memiliki bakat. Namun harus memiliki kemampuan untuk mengatur ide-ide multidisipliner dan juga kemampuan memecahkan masalah dengan cara-cara di luar kebiasaan (Pine & Gilmore, 1998).

Pariwisata Kreatif, adalah industri pariwisata yang berupa interaktif antara wisatawan dan produsen (suvenir) untuk menciptakan barang konsumsi (bordir, patung, lukisan, *event music*, peristiwa budaya, dll.) yang diproduksi bersama oleh konsumen (wisatawan dan artisan lokal). Model wisata kreatif dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3. Proses Pariwisata Berbasis Kreativitas



Pariwisata Kreatif merupakan kegiatan wisata minat khusus di mana wisatawan berinteraksi secara aktif dengan pengelola destinasi wisata (supplier). Pada umumnya Pariwisata kreatif ini sangat lekat dengan budaya dan kehidupan sehari-hari masyarakat daerah setempat. Pariwisata kreatif menawarkan produk kreatif yang diproduksi dengan modal gagasan/ide. sehingga produk kreatif yang diciptakan memiliki nilai tambah baik bagi konsumen maupun produsen. Produk dari pariwisata

kreatif disampaikan dengan metode yang kreatif dan juga di konsumsi dan distribusikan dengan kreatif.

Kota Tasikmalaya merupakan salah satu daerah otonom yang berada di wilayah Provinsi Jawa Barat. Tasikmalaya memiliki Kawasan wisata bertemakan budaya yang menarik yang sangat digemari oleh para wisatawan. Perkembangan pariwisata Kota Tasikmalaya terus berjalan seiring dengan industri kerajinan yang telah maju. daya Tarik wisata unggulan Kota Tasikmalaya berada pada ranah kerajinan seperti Bordir dan *Factory outlet*. Berikut merupakan gambar dan tabel kunjungan pariwisata baik mancanegara maupun domestik ke Kota Tasikmalaya :

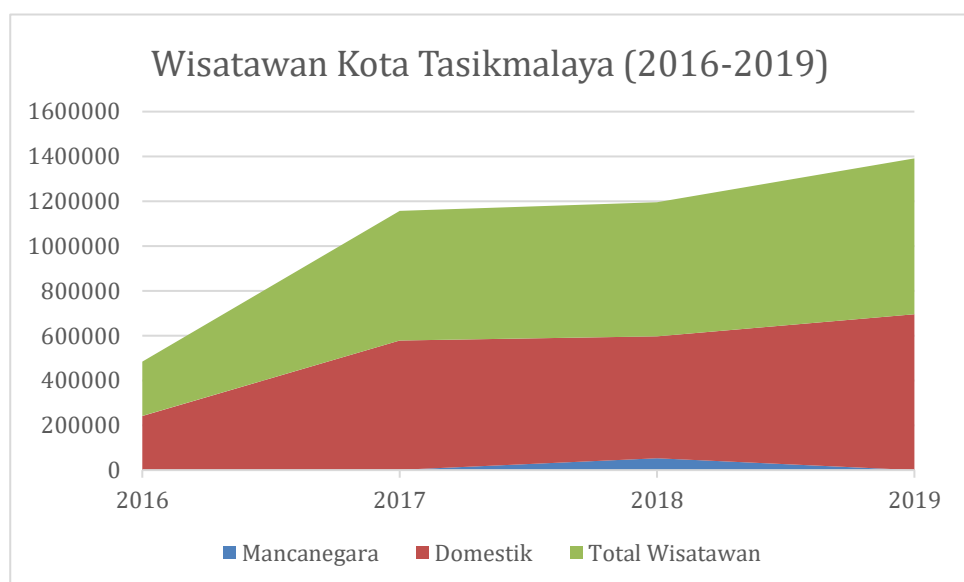
Tabel 1. Wisatawan yang berkunjung ke Kota Tasikmalaya

Tahun	Mancanegara	Domestik	Total Wisatawan
2016	360	241.533	241.893
2017	720	577.800	578.520
2018	53.010	544.631	597.641
2019	124	695.532	695.656

Sumber : Dinas Kepemudaan, Olah raga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tasikmalaya (data diolah Penulis)

Berdasarkan data di atas, kunjungan wisatawan di Kota Tasikmalaya mengalami peningkatan yang berkesinambungan sejak 2016- 2019. Secara grafis tingkat kunjungan wisatawan di Kota Tasikmalaya dapat digambarkan sebagai berikut.

Gambar 4. Jumlah Wisatawan di Kota Tasikmalaya



Sumber : Dinas Kepemudaan, Olah raga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tasikmalaya (data Diolah Penulis)

Perkembangan Pariwisata Di Kota Tasikmalaya mengalami peningkatan dalam rentan waktu 2016-2019. Peningkatan terbesar terjadi pada tahun 2016 ke 2017 di mana peningkatan jumlah wisatawan naik hingga lebih dari 50%.

Salah satu daya tarik wisata Kota Tasikmalaya adalah tradisi produk kreatif bordir. Ekonomi kreatif bordir sudah ada sejak awal 1900 di Tasikmalaya yang merupakan hasil kreatif lokal dan bersifat turun temurun (heritage). Bordir merupakan seni yang populer di Kota Tasikmalaya. Industri bordir sudah ada dan banyak menyebar di area Kota Tasikmalaya. Di Jawa barat sendiri, Kota Tasikmalaya sangat terkenal dengan industri bordir ini. Selain untuk industri, Bordir di Kota Tasikmalaya menerima masyarakat yang ingin mencoba untuk membuat bordir. Sehingga dapat dikatakan industri bordir ini menjadi suatu tempat wisata yang menawarkan suatu pengalaman baru di mana konsumen menciptakan sekaligus menggunakan atau disebut juga sebagai produsen konsumen. Wisatawan pun tidak hanya mendapatkan barang tapi mendapatkan suatu pengalaman, dan juga kepuasan tersendiri. Gilmore dalam kajiannya tentang partisipasi wisatawan dengan berbagai atribut wisata lokal, menamai pariwisata interaktif tersebut sebagai *experience economy*. Wisatawan mengkonsumsi leisure (pengalaman) dalam bentuk belajar membordir sekaligus membeli bordir itu sendiri. Karena aktivitas inti dari wisatawan Ketika berada di Tasikmalaya adalah: a) melihat (*to see*) beragam motif dan corak bordir khas Tasikmalaya; b) berinteraksi dan berpartisipasi dalam membordir atau membordir (*to do*); dan c) membeli peralatan bordir (*to buy*).

Pengalaman wisata seperti dijelaskan oleh Gilmore, menunjukkan bahwa momen pertemuan antara konsumsi pariwisata dan produksi pariwisata menjadi suatu aktivitas wisata generasi *millennial*. Ini juga merupakan momen ketika nilai diciptakan dan sumber daya dikonsumsi dan dengan demikian merupakan momen yang menentukan bagi ekonomi pengalaman pariwisata. Pengalaman berwisata yang telah berlalu dapat mempengaruhi seorang wisatawan dan wisatawan lainnya untuk berperilaku. Hal ini bermanfaat bagi kelangsungan industri pariwisata. Pine dan Gilmore (1998) berpandangan bahwa "*experiences are memorable*". Momen berwisata yang mengesankan yang dilakukan oleh wisatawan merupakan fenomena sosial yang secara komprehensif dapat mempengaruhi peningkatan nilai ekonomi dalam industri pariwisata sehingga industri pariwisata khususnya bordir menjadi makmur. Pine & Gilmore, (2011) berpendapat bahwa kemakmuran ekonomi dapat berlanjut melalui perolehan nilai tambah pada tahap pengalaman. Dalam konteks ekonomi pariwisata, Beech dan Chadwick (2006) dikutip dari (Inkson & Minnaert, 2018) menyatakan bahwa pariwisata dapat menjadi kontributor utama dalam pendapatan nasional dan kemakmuran. Kemakmuran ekonomi dalam industri pariwisata dapat berdampak pada

peningkatan terhadap kesejahteraan masyarakat pada destinasi wisata, perbaikan sarana dan prasarana pariwisata, perkembangan variasi pada atraksi wisata dan peningkatan terhadap kualitas pelayanan jasa pariwisata. Contoh, cukup banyak wisatawan yang datang ke sentra bordir di Tasikmalaya untuk belajar cara membordir dan mengetahui baik proses maupun materi bordir serta tema bordir tradisional di Tasikmalaya.

Ekonomi pariwisata kreatif merupakan aktivitas ekonomi di mana wisatawan ambil bagian secara aktif dalam proses produksi dan konsumsi. Pariwisata kreatif yang menjadikan konsumsi *leisure* menjadi ekonomi *experience* (Pine & Gilmore, 1998) telah lebih berkembang ketika pasar kreatif itu diberikan konteks cerita dan rasional mengenai keunikan, keorisinalitasannya, serta kemenarikannya dengan sebuah narasi kreatif.

Antara ekonomi pengalaman dan ekonomi narasi berbanding lurus penguatan dan fungsinya. Ekonomi narasi sendiri telah dijelaskan oleh Shiller (2017). Narasi merupakan suatu karangan/cerita populer yang menular dan mampu memengaruhi kehidupan masyarakat. Narasi seperti virus yang tidak diketahui keberadaannya namun bisa menyebar luas, cepat, dan sulit untuk dikendalikan. Penyebaran narasi yang tidak terkendali ini secara berantai akan memengaruhi berbagai bidang kehidupan yang lain. Dalam aspek ekonomi, narasi yang berkembang dalam masyarakat dapat memengaruhi kondisi dan perilaku ekonomi masyarakat, bahkan mampu mendorong sebuah tindakan dalam menentukan nasib perekonomian. Banyak keuntungan dari memahami suatu narasi atau cerita yang berkembang di masyarakat. Dari cerita yang sedang *trending* dapat ditemukan apa yang sedang menjadi perhatian publik saat itu. Narasi juga membantu menunjukkan bagaimana reaksi masyarakat terhadap suatu peristiwa. Pemahaman narasi juga dapat digunakan untuk mengevaluasi kejadian besar di masa lalu sekaligus membantu memprediksi fenomena serupa di masa depan.

1.2. Rumusan Masalah

Penelitian ini mengenai ekonomi kreatif di mana ekonomi kreatif merupakan industri yang berkelanjutan dan juga memiliki potensi besar dalam penyumbangan ekonomi di Indonesia. Industri kreatif yang merupakan bagian dari ekonomi kreatif ini telah banyak mengalami perubahan. Pada awalnya suatu industry hanya melakukan produksi dan barang yang dikonsumsi, dinikmati oleh konsumen. Namun beberapa industri kreatif tidak hanya memproduksi saja, namun mereka mempersilahkan kepada konsumennya untuk memproduksi sendiri dan juga mengonsumsi sendiri hasil produknya. Sehingga konsumen pun mendapatkan suatu pengalaman dan juga

kepuasan tersendiri. Hal ini dapat disebut juga sebagai pariwisata kreatif. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dapat menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana Proses Kreatif pembuatan Bordir Di Kota Tasikmalaya?
2. Bagaimana industri kreatif bordir dapat menjadi daya Tarik wisatawan dan memberikan pengalaman yang unik bagi wisatawan?
3. Bagaimana penciptaan Nilai tambah dari industri kreatif bordir di Kota Tasikmalaya yang dapat dinikmati oleh wisatawan?
4. Bagaimana *experience economy* dan industri kreatif bordir Tasikmalaya yang memiliki keunggulan melalui ekonomi naratif dapat dikonsumsi wisatawan secara orisinal (sesuai keasliannya)?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Potensi Pembentukan dan ketersediaan Pariwisata Kreatif melalui daya tarik produk kreatif bordir. Penelitian ini berfokus pada industri bordir yang ada di Kota Tasikmalaya yang narasinya dapat menjadi daya Tarik wisata kreatif. Selain informasi dan narasi bordir Tasikmalaya, penelitian ini juga memberikan gambaran mengenai keunikan, keaslian (orisinalitas) dan kekhasan industri kreatif bordir di Kota Tasikmalaya sebagai daya Tarik wisata di destinasi wisata kreatif Tasikmalaya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Potensi Pembentukan Pariwisata Kreatif dengan segala atributnya seperti atraksi, aksesibilitas, amenities dan ancilliary (layanan kelembagaan pemerintah, layanan swasta maupun layanan yang dilakukan oleh masyarakat lokal).

1.4. Kerangka Pemikiran

Industri kreatif bordir menjadi industri kreatif yang besar di Kota Tasikmalaya. Dengan adanya industri kreatif bordir ini, ekosistem kreatif yang mendukung industri bordir seperti bahan baku penjualan bordir dan juga bagaimana pemasaran Bertambah banyak. Sehingga ekosistem kreatif yang luas sehingga mendukung suatu proses kreatif di mana setiap industri bersaing dengan kreativitas. Selain itu dengan adanya ekosistem kreatif menciptakan suatu tempat di mana banyak orang yang ingin belajar membordir sehingga terciptalah produsen konsumen (prosumer) dalam membuat bordir. Konsumen membuat bordir sekaligus memakainya . hal ini membuat konsumen mendapatkan suatu pengalaman (*experience*). Dari proses dan juga pengalaman itulah sehingga tercipta suatu pariwisata yang kreatif.

Gambar 5. Kerangka Penelitian

