

WISATA BUDAYA BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KAMPUNG BATIK TRUSMI CIREBON

Fitri Fadhilah Sumiarsa, Kiky Yustikasari, Evi Novianti
Universitas Padjajaran
Email: fitri14013@unpad.mail.ac.id

Abstrak:

Batik adalah produk tradisional Indonesia dan salah satu ikon negara yang terkenal di forum internasional karena statusnya yang bergengsi sebagai Warisan Budaya Tak benda. Cirebon, sebuah kota di Jawa Barat, Indonesia adalah tujuan wisata yang terkenal dengan sejarah keratonnya. Daerah ini juga merupakan salah satu daerah penghasil batik di Jawa Barat yang dikenal dengan Batik Trusmi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran wisata budaya berbasis ekonomi kreatif di batik trusmi dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung dan peran kawasan wisata Batik Trusmi dalam meningkatkan ekonomi pengrajin di Desa Trusmi Kulon. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif adapun data-data yang diperoleh menggunakan sumber data primer dan data sekunder, yang diperoleh langsung dari informan, masyarakat pengrajin batik, dokumentasi dan observasi lapangan. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa kawasan wisata belanja batik trusmi dan menjadikan kawasan batik trusmi terus berkembang, serta memberikan dampak yang baik terhadap pendapatan dan daya beli Pengrajin Batik di sekitar kawasan serta adanya penyerapan tenaga kerja di sekitar kawasan wisata belanja batik trusmi yang bekerja di rumah industri batik atau di showroom batik.

Kata Kunci: *wisata budaya, ekonomi kreatif, batik*

Abstract:

Due to its prestigious status as an Intangible Cultural Heritage, batik is a traditional Indonesian product and an icon of the nation. Cirebon, a city in West Java, Indonesia is a tourist destination famous for its palace history. This area is also home to one of the largest batik production centers in West Java, known as Batik Trusmi. The aim of this study is to determine whether creative economy-based cultural tourism in Batik Trusmi impacts the tourist economy of the area and increases the interest of tourists to visit. This study uses a descriptive qualitative approach while the data obtained using primary data sources and secondary data, which were obtained directly from informants, batik craftsmen, documentation and field observations. The study found that Batik Trusmi continued to grow as well as having a positive impact on the income and economy of Batik Craftsmen around the area as well as the absorption of labor.

Keywords: *cultural tourism, creative economy, batik*

Pendahuluan

Kepariwisata di Indonesia dewasa ini telah berkembang dengan pesat. Hampir seluruh daerah atau provinsi di Indonesia mencoba mengembangkan program pariwisata masing-masing dengan menjual atau menawarkan keindahan dan keunikan budaya, serta lingkungan alamnya. Di sisi lain, pariwisata adalah industri yang menunjukkan kekhususan yang berbeda dengan industri yang lain.

Ada potensi strategis juga prospektif untuk mengembangkan Pembangunan sektor pariwisata dan perkembangan ekonomi nasional contohnya mendukung penerimaan devisa, menambah lapangan pekerjaan serta menaikkan penghasilan masyarakat. Rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional tahun 2010 – 2025 yang tertulis dalam Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 pasal 2 ayat 1 bahwa pembangunan kepariwisataan nasional meliputi destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, industri pariwisata dan kelembagaan kepariwisataan.

Pariwisata dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan objek dan daya tariknya. Pendit membagi wisata berdasarkan objeknya ke dalam tiga kategori yaitu wisata alam, budaya dan minat khusus.¹ Wisata budaya didefinisikan sebagai perjalanan seseorang yang ke tempat lain atau negara berbeda dengan maksud memperluas wawasan dan pandangan hidup dan mempelajari adat istiadat, kebiasaan rakyat, kebudayaan dan seni orang setempat². Orang melakukan perjalanan wisata budaya demi mencari sesuatu yang unik dan autentik. Salah satu bentuk kegiatan wisata budaya yang bisa dilakukan adalah mempelajari dan mengapresiasi kerajinan seni suatu daerah. Indonesia merupakan salah satu Negara yang kaya akan kerajinan seni. Setiap daerah di Indonesia memiliki daya tarik budaya yang berbeda. Kerajinan seni yang paling populer di Indonesia adalah kain batik.

Batik pertama kali dikenal dan dikembangkan di pulau Jawa, seiring berjalannya waktu kerajinan ini telah dikenal ke mancanegara. Bahkan kain batik telah ditetapkan sebagai warisan budaya tradisional asal Indonesia oleh UNESCO pada Bulan Oktober 2009 setelah sebelumnya didaftarkan oleh pemerintah Indonesia di tahun 2008³. Tertera pada Undang-Undang No.28 tahun 2014 pasal 39 tentang perlindungan budaya tradisional dan hak cipta kebudayaan tradisional diatur sepenuhnya oleh Negara. Negara berkewajiban melestarikan dan melindungi budaya tradisional termasuk di dalamnya kesenian, adat istiadat dan kerajinan tradisional.

Jawa Barat terbilang sebagai provinsi yang populer di kalangan wisatawan banyak kota di Jawa Barat berpotensi menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung ke tempat tersebut. Tak hanya satu jenis, berbagai bentuk pariwisata yang tersedia di provinsi ini, seperti wisata alam, wisata budaya, kuliner juga wisata belanja.

¹ Pendit, N. S. (1990). Ilmu pariwisata: sebuah pengantar perdana.

² Priyanto, P. (2016). Pengembangan potensi desa wisata berbasis budaya tinjauan terhadap desa wisata di jawa tengah. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1).

³ Noburu, I., Himki, A., Dithi, A., Kano, K., & Anggraeni, M. (2020). Covid-19: Portrait of Preservation of the Batik Industry as a Regional Autonomy. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)p-ISSN: 2655-8807Vol. 2 No. 2*), 143-152.

Kota Cirebon merupakan salah satu kota yang memiliki semua daya tariknya. Kota ini memiliki pantai untuk wisata alamnya, banyak mall dan taman rekreasi buatan, kota ini juga terkenal dengan kulinernya yang beragam. Dan terakhir pengunjung bisa menghabiskan waktu untuk berbelanja di kota ini. Salah satu souvenir yang terkenal di kota ini adalah batik trusmi. Batik Trusmi merupakan kawasan pengrajin kain batik asli Cirebon. Kawasan ini juga menjadi trademark kota Cirebon. Barangnya yang berkualitas, harga terjangkau dan tempat yang nyaman menjadi salah satu alasan tempat ini selalu ramai dikunjungi.

Kampung batik Trusmi adalah kawasan pengrajin batik pesisiran yang berlokasi di daerah Plered Kabupaten Cirebon Jawa Barat. Berbeda dengan batik dari daerah lain di Indonesia, batik Cirebon juga memiliki keunikan berupa warna dan motif tertentu.

Asosiasi pengrajin Kain batik Cirebon telah berdiri sejak abad ke-14. Kota Cirebon awalnya merupakan area bersinggah pedagang yang datang dari Luar Indonesia seperti Tiongkok, India, Arab dan Persia. Percampuran budaya beragam dari empat Negara ini kemudian melahirkan karya seni kerajinan batik Cirebon⁴. Kerajinan batik Cirebon kemudian semakin dikembangkan oleh masyarakat, jumlah pengrajin batik pun meningkat dan kota Cirebon berhasil menjadikan kawasan batik trusmi ini sebagai ikon kota hingga saat ini dan menjadi kebanggaan warga kota Cirebon.

Pemerintah kota Cirebon terus berusaha untuk menarik wisatawan domestik dan mancanegara melalui pengembangan wisata budaya Kawasan Batik Trusmi dan Museum Batik, Cirebon. Tak hanya menjual hasil kerajinan batik dari industri kreatif ini namun menawarkan pengalaman belajar membatik bagi wisatawan yang datang.

Usaha inovatif para ekonomi kreatif di Cirebon menarik untuk diteliti. Penggabungan antara wisata Budaya dan Ekonomi Kreatif cukup relevan. Oleh karena itu penulis akan menelaah bagaimana pelaku industri mengembangkan wisata budaya berbasis ekonomi kreatif di batik trusmi dapat meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian deskriptif kualitatif mengungkapkan suatu permasalahan berdasarkan data-data yang diperoleh dengan kata-kata. Adapun karakteristik dari metode penelitian kualitatif, diantaranya metode ini mengungkapkan makna (meaning) pada latar alami (natural setting) dimana peneliti berperan sebagai key instrument.⁵

⁴ Rachman, A. (2017). Batik Sebagai Media Dakwah: Studi Tentang Penggunaan Batik Dalam Penyebaran Islam Di Cirebon. *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 20

⁵ Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Yogyakarta: Deepublish.

Pembahasan dan Hasil Penelitian Konsep Wisata Budaya

Wisata budaya digambarkan dengan perjalanan seseorang saat meninggalkan tempat tinggal mereka untuk menikmati atraksi budaya dengan tujuan mendapatkan pengalaman dan pengetahuan baru untuk memenuhi kebutuhan budaya seseorang.⁶

Kebudayaan merupakan komponen yang sangat penting dalam industri.⁷ Wisata budaya ini adalah gabungan dari produk wisata “klasik” seperti akomodasi, restoran, dan hiburan dengan produk warisan budaya seperti museum, pertunjukan, galeri, dan hasil kerajinan. Aset budaya dan warisan sangat sensitif dalam konteks sikap sosial budaya masyarakat lokal dan dengan demikian persetujuan antara perencana wisata /manajer dan masyarakat lokal harus dikembangkan dengan hati-hati. Selain itu, aset budaya dan warisan seringkali rapuh secara fisik. Dalam hal ini, presentasi dan daya dukung harus direncanakan dan dipantau secara hati-hati. Warisan budaya takbenda bisa terancam jika pengembangan pariwisata mengutamakan kepuasan wisatawan saja tetapi melalaikan pemeliharaan nilai-nilai tradisional.⁸ Keseimbangan antara mengkonsumsi dan menjaga produk budaya sangat penting. Pengembangan pariwisata budaya yang berkelanjutan perlu dilakukan untuk manfaat yang berkelanjutan bagi wisatawan budaya, pemerintah pusat, sektor swasta, dan masyarakat lokal.

. Prestasi kerja dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu: (1) kemampuan dan minta; (2) kemampuan akan tugas dan perannya; (3) tingkat motivasi kerja.⁹

Dalam suatu teori motivasi yang dikemukakan oleh McClland terpusat pada suatu kebutuhan yakni kebutuhan berprestasi. McClland mengatakan bahwa manusia pada hakikatnya mempunyai kemampuan untuk berprestasi di atas kemampuan orang lain. Selanjutnya McClland mengatakan bahwa setiap orang mempunyai keinginan untuk melakukan karya yang berprestasi atau yang lebih baik dari karya orang lain. Dalam pada itu McClland mengatakan ada tiga kebutuhan manusia, yakni: (1) Kebutuhan untuk berprestasi; (2) Kebutuhan untuk berafiliasi; (3) Kebutuhan kekuasaan. Ketiga kebutuhan ini terbukti merupakan unsur-unsur yang amat penting dalam menentukan prestasi seseorang pekerja.

Konsep Ekonomi Kreatif

Pada masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono di tahun 2004, Ekonomi kreatif mulai dikenalkan kepada publik pasca muskulnya MEA (Masyarakat ekonomi ASEAN. Ekonomi kreatif ini kemudian dikembangkan lagi Masa Pemerintahan Joko Widodo yang membentuk Lembaga khusus bernama BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif). Lembaga ini bertujuan memberi harapan dan

⁶ Richards, G. (2011). Cultural tourism trends in Europe: A context for the development of Cultural Routes. In K. Khovanova-Rubicondo, *Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness* (pp. 21-39). Strasbourg: Council of Europe Publishing.

⁷ Sharareh, A., & Badaruddin, M. (2013). Local Perception of Tourism Development: A Conceptual Framework for the Sustainable Cultural Tourism. *Journal of Management and Sustainability*, 31-39.

⁸ Coccossis, H. (2008). Cultural heritage, local resources and sustainable tourism. *Int. J. Serv. Technol. Manage.* 10(1), 8-14.

⁹ Malayu Hasibuan, *Manajemen SDM*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), 105.

mendukung masyarakat agar lebih aktif berkontribusi melalui gagasan atau aksi dengan kreativitas agar memajukan perekonomian Negara.

Adapun enam alasan mengapa industri kreatif perlu dikembangkan di Negara seperti Indonesia¹⁰:

1. Tak dapat dipungkiri bahwa produk hasil masyarakat memberikan kontribusi ekonomi yang cukup krusial
2. Sektor ini meminimalisir kecurangan dan menekankan suasana bisnis yang positif.
3. Membentuk identitas dan citra bangsa Indonesia
4. Berbasis pada sumber daya terbarukan
5. Mendorong inovasi dan kreativitas kepada masyarakat untuk berkompetesi
6. Memberikan dampak positif pada bidang sosial.

Gambaran Umum Batik Trusmi Cirebon

Batik Trusmi yang berada di Kabupaten Cirebon bagian Utara, Jawa Barat tepatnya di Kecamatan Plered,, .Jika dilihat Secara geografis Kecamatan Plered merupakan salah satu kecamatan yang berada di pusat Kabupaten Cirebon terletak di antara 060 39'10"-060 44'08" LS dan 1080 28'20"- 1080 31'28" BT dengan luas wilayah 919 ha. Lokasi penelitian meliputi Seluruh pusat perbelanjaan, tempat pengrajin kain batik dan Tru Park Museum yang berada di Batik Trusmi Cirebon. Perkembangan Batik di kota Cirebon berawal pada Abad 14 ketika Syekh Syarief Hidayatullah dan Mbah Buyut Trusmi menyebarkan agama islam sekaligus mengajarkan kerajinan Batik Pada Warga Desa Plered. Semakin berkembangnya waktu, Trusmi kini menjadi kampung pengrajin Batik. Batik Trusmi Cirebon telah mengenal inovasi dan akulturasi Budaya yang tertuang pada sebuah motif Batik Mega Mendung. Mega Mendung merupakan hasil akulturasi dari kebudayaan Cina dan Cirebon.



Gambar 1 Salah satu pengrajin batik di Kampung Trusmi

Wisata Budaya Berbasis Ekonomi Kreatif di Batik Trusmi Cirebon

Pengembangan industri kreatif di Indonesia merupakan salah satu bentuk usaha untuk membangun ekonomi yang berkelanjutan demi bertahan pada persaingan global. Pengembangan industry kreatif membutuhkan strategi, keterampilan dan kreativitas dari masyarakat atau pelaku usaha di Indonesia. Salah satu produk ekonomi kreatif yang berpotensi mengangkat derjat ekonomi serta budaya di Indonesia adalah kerajinan Batik.

¹⁰ Sari, A. P., AR Pelu, M. F., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, T. R., Mistriani, N., . . . Purba, B. (2020). *Ekonomi Kreatif*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Saat ini terdapat kurang lebih 3000 pengrajin Batik di desa Trusmi. Pengrajin ini kebanyakan merupakan warga sekitar dan menjadikan Batik ini sebagai mata pencaharian utama. Dahulu pembuatan batik hanya dilakukan secara tulis tradisional yaitu menggunakan canting dan lilin. Teknik batik tulis menggunakan canting merupakan Teknik yang paling membutuhkan waktu yang lama dan harganya pun paling mahal. Seiring dengan perkembangan jaman kini pembuatan batik dilakukan dengan 5 teknik berbeda diantaranya, Teknik Canting Tulis, teknik Cap, celup Ikat, printing dan colet.

Terdapat ratusan showroom Batik di Desa Trusmi. Setiap showroom memiliki keunikan tersendiri dari mulai motif yang dibuat, harga yang beragam hingga bahan yang digunakan. Beberapa showroom batik yang terkenal di Trusmi diantaranya: Batik Slama, Batik Hafiyah, Batik Nofa dan Batik KENZA. Salah satu showroom batik yang paling terkenal dan paling banyak dikunjungi oleh wisatawan dari berbagai daerah adalah BT. BT memiliki misi untuk menjadikan showroom batik ini hanya sekedar profit oriented, tetapi juga memiliki tanggung jawab budaya, dengan melestarikan seni batik.

Batik Trusmi menjual berbagai inovasi kain batik dari mulai baju formal, baju sekolah, baju pegawai PNS, baju perusahaan atau instansi pemerintah dan baju anak. Showroom BT selain menawarkan wisata belanja Batik kini tempat ini juga menjadi atraksi untuk wisata kuliner, wisata pengetahuan mengenai batik, sejarah batik, bahkan proses pembuatan batik dapat dipelajari di showroom ini. Showroom BT memiliki luas sekitar 1,5 hektar dan telah bekerja sama dengan sekitar 500 Pengrajin Batik dari Cirebon.

Tak hanya berbelanja kain batik, pengunjung juga dapat menikmati beragam atraksi dan fasilitas yang ditawarkan Batik Trusmi ini. Kota Cirebon terkenal akan kulinernya yang khas. Pihak BT menyediakan *food court* yang menjual berbagai hidangan khas kota Cirebon di dalam bangunannya. Beberapa makanan khas Cirebon yang dijual di Batik Trusmi yaitu, tahu gejrot, empal gentong, hingga jamu tradisional. Mayoritas pedagang merupakan penduduk yang tinggal di Cirebon dan sekitarnya. Wawancara yang didapat dari Pak Udin selaku penjual empal gentong di Kawasan Batik Trusmi mengaku bahwa wisata budaya berupa pelestarian batik ini telah membantu perekonomiannya. Pengunjung biasanya paling ramai datang pada hari pekan. Salah satu daya tarik dari kuliner khas Cirebon di Kawasan batik Trusmi ini selain rasanya adalah harganya yang terjangkau. Jamu tradisional misalnya hanya dibandrol 5000 rupiah per gelas sedangkan tahu gejrot dapat dinikmati dengan harga 10.000 saja.



Gambar 2 Penjual jamu tradisional di Batik Trusmi



Gambar 3 Penjual Empal Gentong dan Tahu gejrot

Pada tahun 2018 BT Batik Trusmi membuka Museum Batik yang dinamai TruPark. Museum ini dibuat untuk lebih menarik pengunjung khususnya kalangan muda untuk lebih mengenal dan ingin membantu melestarikan batik sebagai kebudayaan Indonesia. Konsep Trupark dibuat semenarik mungkin. Museum ini terdiri dari 2 lantai. Di lantai pertama pengunjung akan diajak untuk mempelajari sejarah Batik Trusmi dari awal dibangun hingga saat ini. Dan di lantai 2 terdapat pameran batik yang disusun sedemikian rupa agar menarik perhatian pengunjung untuk berfoto, salah satu karyanya terdapat 500 topeng Cirebon yang disusun secara artistik menggambarkan ciri khas lima karakter Topeng Cirebon.

Museum Trupark mengusung tema yang kekinian beberapa koleksi di Museum ini biasanya dijadikan spot foto untuk para wisatawan yang ingin mengabadikan perjalanannya. Resti salah satu pegawai di Museum Trupark mengatakan bahwa mayoritas pengunjung yang datang ke Museum adalah kalangan anak muda yang biasanya aktif menggunakan sosial media. Mereka tertarik dengan konsep yang ditawarkan museum ini dan menghapus stigma bahwa batik hanya diperuntukan untuk orang tua atau dipakai dalam keadaan formal saja. Beberapa koleksi yang ditawarkan museum adalah dinding dengan corak batik, koleksi foto-foto lawas, mesin tenun, pilar kaca yang berhiaskan kain batik, hingga kain-kain batik yang digantung.



Gambar 4 Koleksi Museum Batik

Kerajinan batik dalam bentuk wisata dan budaya telah membantu perekonomian pelaku usaha mikro dan menengah (UMKM) di Kota Cirebon. Ada beberapa cara yang dilakukan para pelaku usaha untuk memasarkan produk

batiknya. Beberapa cara promosi diantaranya memasarkannya dari mulut ke mulut. Pemasaran batik tulis terus mengalami perkembangan yang pesat. Batik Trusmi tak hanya dipasarkan di kota Cirebon dan sekitarnya saja, namun ada beberapa pengrajin besar yang memiliki cabang di kota besar lainnya, seperti Jakarta, Bandung dan Yogyakarta pemasarannya semakin meluas. Selain itu, ada beberapa pengrajin batik tulis besar yang pemasarannya sudah sampai ke beberapa negara lain. Cara lain pemasaran produk batik adalah dengan memanfaatkan internet atau sosial media.

Penutup

Dalam perkembangannya Batik Trusmi terbukti telah meningkatkan perekonomian para pengrajin khususnya warga sekitar yang tinggal di Desa Trusmi. Pelestarian batik sebagai mata pencaharian dan sumber ekonomi di Batik Trusmi dilakukan salah satunya dengan memberikan pelatihan membatik kepada wisatawan yang datang. Selain itu pemasaran dan promosi produk juga tak hanya dilakukan di Desa Trusmi saja tetapi dengan memanfaatkan media sosial atau e-commerce. Dengan hal ini terbukti usaha Perkembangan batik Trusmi dalam bidang pariwisata juga dinilai ini mengalami peningkatan yang cukup baik, hal ini disebabkan banyaknya atraksi yang ditawarkan oleh para pelaku usaha di Kawasan Batik Trusmi seperti wisata kuliner, Wisata edukasi Batik dan lainnya.

Daftar Pustaka

- Coccosis, H. (2008). Cultural heritage, local resources and sustainable tourism. *Int. J. Serv. Technol.Manage.* 10(1), 8-14.
- Malayu Hasibuan, Manajemen SDM, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), 105.
- Noburu, I., Himki, A., Dithi, A., Kano, K., & Anggraeni, M. (2020). Covid-19: Portrait of Preservation of the Batik Industry as a Regional Autonomy. *Aptisi Transactions on Technopreneurship (ATT)*p-ISSN: 2655-8807Vol. 2 No. 2), 143-152.
- Pendit, N. S. (1990). Ilmu pariwisata: sebuah pengantar perdana.
- Priyanto, P. (2016). Pengembangan potensi desa wisata berbasis budaya tinjauan terhadap desa wisata di jawa tengah. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1).
- Rachman, A. (2017). Batik Sebagai Media Dakwah: Studi Tentang Penggunaan Batik Dalam Penyebaran Islam Di Cirebon. *Orasi: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 20
- Rukajat, A. (2018). Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach). Yogyakarta: Deepublish.
- Richards, G. (2011). Cultural tourism trends in Europe: A context for the development of Cultural Routes. In K. Khovanova-Rubicondo, *Impact of European Cultural Routes on SMEs' innovation and competitiveness* (pp. 21-39). Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- Sharareh, A., & Badaruddin, M. (2013). Local Perception of Tourism Development: A Conceptual Framework for the Sustainable Cultural Tourism. *Journal of Management and Sustainability*, 31-39.

Sari, A. P., AR Pelu, M. F., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, T. R., Mistriani, N., . . . Purba, B. (2020). *Ekonomi Kreatif*. Medan: Yayasan Kita Menulis.