

**Darsiharjo dan Ahmad Hudaiby Galihkusumah : Analisis Rantai Nilai Industri Kreatif di Desa Wisata Jelekong Kabupaten Bandung**

**ANALISIS RANTAI NILAI INDUSTRI KREATIF DI DESA WISATA JELEKONG KABUPATEN BANDUNG**

***CREATIVE INDUSTRY VALUE CHAIN ANALYSIS IN THE JELEKONG TOURISM VILLAGE BANDUNG REGENCY***

**Darsiharjo dan Ahmad Hudaiby Galihkusumah**  
Dosen Program Studi Manajemen Resort dan Leisure

***ABSTRAK***

*Studi ini berfokus untuk mendapatkan gambaran utuh rantai nilai industri kreatif secara linier dari mulai proses kreasi, produksi, distribusi, dan komersialisasi pada industri seni lukis di desa wisata Jelekong Kabupaten Bandung. Desa Jelekong dipilih sebagai lokasi penelitian karena desa tersebut telah termasuk dalam kategori desa wisata dan berpotensi untuk mandiri secara ekonomi melalui seni lukis warga. Strategi penelitian eksplorasi digunakan dengan melalui pendekatan studi kasus untuk menginvestigasi dan memahami proses yang muncul pada fenomena rantai nilai industri kreatif tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik analisis Model Miles dan Huberman, dimana aktivitas analisis mulai dari pengoleksian data, reduksi data, data display serta konklusi dan verifikasi terhadap karakteristik rantai nilai industri kreatif yang dilakukan oleh seniman lukis di Desa Jelekong mulai dari proses kreasi, produksi, distribusi hingga komersialisasi seni lukis di desa tersebut. Karakteristik rantai nilai pada industri kreatif di desa wisata Jelekong berjalan secara baik dengan kearifan sosial masyarakat desa Jelekong. Proses kreasi menjadi bentuk keunggulan desa wisata Jelekong dengan originalitas kreasinya, didukung oleh aspek edukasi, inovasi, ekspresi, kepercayaan diri, pengalaman dan proyek, proteksi, serta agen talenta. Proses produksi berkembang dengan teknologi produksi, jaringan outsourcing jasa, serta skema pembiayaan, yang menunjang pembuatan kerajinan lukisan di desa wisata Jelekong. Distribusi lukisan Jelekong memiliki alur dari pengrajin, didistribusikan kepada distributor, kemudian distributor mendistribusikan lukisan tersebut kepada konsumen/ pasar. Proses distribusi di dalamnya terdapat negosiasi hak distribusi, internasionalisasi, dan infrastruktur. Sedangkan proses komersialisasi dibentuk dengan aspek pemasaran, penjualan, promosi, serta layanan (service).*

*Kata Kunci : Rantai Nilai, Kreasi, Produksi, Distribusi, Komersialisasi*

***ABSTRACT***

*This study focuses to obtain a complete picture of the value chain of creative industries in a linier fashion starting from the creation, production, distribution, and commercialization of the art industry in the Jelekong tourism village Bandung Regency. Jelekong village selected because the village had been included in the category of tourism village and the potential to become economically independent citizens through painting. Exploratory research strategy used by through a case study approach to investigate and understand the phenomena that arise in the creative industry value chain. This study use a qualitative research method with a case study approach. The analysis technique used in this study using model analysis*

*techniques Miles and Huberman, where the activity of analysis ranging from data collection, data reduction, the data display, and conclusion and verify the characteristics of the creative industry value chain are performed by artist painting in the village Jelekong start of the process of creation, production, distribution, to the commercialization of painting in the village. Characteristic of the value chain in the creative industry in the Jelekong tourism village goes well with the villagers Jelekong social wisdom. Creation process into a form of excellence Jelekong tourism village with originality creations, supported by education aspects, innovation, expression, self-confidence, experience and projects, protection, and talent agents. Developed production process production technology, network outsourcing services, as well as financing schemes, which support the manufacture of handicraft painting on Jelekong tourism village. Distribution Jelekong painting has grooves of craftsmen, distributed to the distributor, the distributes to the consumer/market. Distribution process in which there is negotiation distribution rights, internationalization, and infrastructure. While the process of commercialization is formed with aspects of marketing, sales, promotions, and service.*

*Keywords : Value chain, Creation, Production, Distribution, Commercialization*

## LATAR BELAKANG

Peran industri kreatif di Indonesia sebenarnya cukup signifikan dengan besaran kontribusi terhadap PDB sebesar 6,3% atau setara 152,5 triliun rupiah dan menyerap rata-rata 5,4 juta tenaga kerja pada tahun 2002-2006 (Departemen Perdagangan, 2008). Sepanjang periode 2002-2006, terdapat 12 sub indikator mengalami peningkatan positif dan hanya satu sub indikator yang mengalami penurunan sebesar 3,74% yaitu pertumbuhan jumlah tenaga kerja. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1  
Peringkat Negara-negara Asean dalam  
Sektor Industri Kreatif

No.	Negara	Peringkat Dunia	Skor
1	Singapore	20	1.2
2	Thailand	19	1.2
3	Malaysia	26	0.9
4	Vietnam	28	0.8
5	Indonesia	29	0.7
6	Philippines	47	0.1
7	Brunei Darussalam	128	-
8	Cambodia	100	0.0

Sumber : (World Economic Forum, 2012)

Walaupun industri kreatif di Indonesia mengalami pertumbuhan rata-rata 8,21% pertahun, namun pertumbuhan positif tersebut tidak mampu mendorong ekspor produk industri kreatif untuk memimpin persaingan diantara negara-negara Asean lain. Kondisi tersebut diidentifikasi oleh Departemen Perdagangan kedalam lima permasalahan utama industri kreatif di Indonesia, yaitu kuantitas dan kualitas sumber daya insani pelaku industri kreatif, iklim kondusif usaha industri kreatif, apresiasi, pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi serta lembaga pembiayaan yang mendukung pelaku industri kreatif (Departemen Perdagangan, 2008).

Lima identifikasi masalah tersebut sebenarnya dapat diinvestigasi melalui analisis rantai nilai industri kreatif. Departemen Perdagangan (2008) membagi rantai nilai industri kreatif menjadi empat tahap mulai dari kreasi, produksi, distribusi dan komersialisasi produk industri kreatif. Analisis rantai nilai industri kreatif diperlukan agar permasalahan terkait lima masalah industri kreatif dapat teridentifikasi dengan tepat.

Untuk wilayah Kabupaten Bandung, rantai nilai industri kreatif perlu di investigasi untuk menjadi salah satu

## Darsiharjo dan Ahmad Hudaiby Galihkusumah : Analisis Rantai Nilai Industri Kreatif di Desa Wisata Jelekong Kabupaten Bandung

landasan bagi penyusunan strategi keunggulan bersaing pariwisata di daerah tersebut. Dukungan pemerintah terhadap sektor pariwisata di Kabupaten Bandung sebenarnya telah mengarah ke arah yang positif dengan ditetapkannya 10 desa wisata di wilayah tersebut. Penetapan 10 desa wisata tersebut diharapkan dapat mendorong aktivitas pariwisata termasuk aktivitas industri kreatif. Walaupun begitu, tidak semua desa wisata di wilayah Kabupaten Bandung berfokus pada industri kreatif sebagai produk wisata utamanya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2  
Desa Wisata dan Potensinya

No.	Nama Desa	Potensi Wisata
1	Desa Alamendah	Agrowisata
2	Desa Gambung	Agrowisata
3	Desa Panundaan	Agrowisata
4	Desa Lebakmuncang	Kerajinan Tangan
5	Desa Lamajang	Arungjeram dan Wisata Minat Khusus
6	Desa Jelekong	Seni Budaya dan Pertunjukan
7	Desa Ciburial	Agrowisata
8	Desa Cinunuk	Kampung Seni
9	Desa Laksana	Wisata Alam dan Agrowisata
10	Desa Rawabogo	Agrowisata

Sumber: Peraturan Bupati (2010)

Dinas perdagangan (2008) membagi industri kreatif menjadi 14 sektor industri kreatif. Berdasarkan pembagian tersebut sebenarnya tidak banyak desa wisata yang memiliki produk yang dapat dikategorikan sebagai produk industri kreatif. Tabel 1.3 memperlihatkan bahwa dari 10 desa yang ditetapkan sebagai desa wisata di Kabupaten Bandung, tercatat hanya tiga desa yang dapat dikategorikan sebagai produsen produk industri kreatif, yaitu Desa Lebakmuncang, Desa Jelekong dan Desa Cinunuk. Dari ketiga desa tersebut

akan dilakukan penelitian untuk mendapatkan identifikasi terkait rantai nilai industri kreatif di Kabupaten Bandung dengan judul “**Analisis Rantai Nilai Industri Kreatif di Desa Wisata Jelekong Kabupaten Bandung**”.

### 1.1 Pembatasan dan Perumusan Masalah

Penelitian ini akan menganalisa satu dari empat indikator keunggulan bersaing pilar budaya, yaitu sub-pilar industri kreatif. Penelitian akan dilakukan di wilayah Kabupaten Bandung dengan berfokus pada desa-desa wisata yang memiliki aktivitas industri kreatif. Adapun perumusan masalah yang diambil yaitu :

1. Bagaimana proses kreasi dari pelaku industri kreatif di Desa Wisata Jelekong Kabupaten Bandung?
2. Bagaimana proses produksi pelaku industri kreatif di Desa Wisata Jelekong Kabupaten Bandung?
3. Bagaimana distribusi industri kreatif di Desa Wisata Jelekong Kabupaten Bandung?
4. Bagaimana komersialisasi industri kreatif di Desa Wisata Jelekong Kabupaten Bandung?

### 1.2 Asumsi

Industri kreatif dalam konteks pariwisata di Kabupaten Bandung diasumsikan hanya terdapat di desa-desa yang telah ditetapkan sebagai desa wisata oleh pemerintah Kabupaten Bandung. Sehingga penelitian ini hanya dilakukan di desa-desa wisata yang terindikasi memiliki aktivitas industri kreatif walaupun tidak tertutup kemungkinan bahwa sentra industri kreatif tidak hanya terdapat di desa yang telah ditetapkan sebagai desa wisata. Pemilihan tiga desa wisata di Kabupaten Bandung sebagai wilayah penelitian diambil dari asumsi awal bahwa kedua desa tersebut memiliki industri yang masuk kedalam kriteria 14 sektor industri kreatif.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi proses kreasi para seniman industri kreatif di desa wisata di Kabupaten Bandung.
2. Menganalisis proses produksi industri kreatif di desa wisata di Kabupaten Bandung.
3. Mendapatkan gambaran proses distribusi industri kreatif di desa wisata di Kabupaten Bandung.
4. Mendeskripsikan proses komersialisasi industri kreatif di desa wisata di Kabupaten Bandung.

#### 1.4 Urgensi Penelitian

Penelitian sangat perlu dilakukan sebagai suatu bentuk pencarian pemecahan masalah dari rendahnya ekspor industri kreatif Indonesia.

### TIJAUAN PUSTAKA

#### Rantai Nilai Pada Industri Kreatif

Konstruk yang digunakan pada penelitian ini diambil dari konsep rantai nilai industri kreatif yang dikembangkan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan. Rantai nilai yang dimaksud yaitu kreasi, produksi, distribusi, dan komersialisasi. Kreasi adalah sebuah kata benda yang merupakan sinonim dari kata “karya” yang memiliki arti “menciptakan”. Sementara itu, Suryana (2013: 87) menyatakan bahwa daya kreasi adalah kekuatan yang muncul dalam diri individu, semua orang memiliki daya kreasi, namun ada yang memanfaatkannya sebagai pekerjaan dan ada juga yang memanfaatkannya sebagai hobi saja.

Produksi adalah segala aktivitas dalam mentransformasikan *input* menjadi *output*, baik berupa barang maupun jasa (Suryana, 2013: 88). Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi berbagai kebutuhan.

Distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani kegiatan produksi dan konsumsi (Sudiby, 2002). Distribusi artinya proses yang menunjukkan penyaluran barang dari

produsen sampai ke tangan masyarakat konsumen.

Komersialisasi adalah segala aktivitas yang berfungsi memberi pengetahuan kepada pembeli tentang produk dan layanan yang disediakan, dan juga mempengaruhi konsumen untuk membelinya

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan Metode Penelitian Kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Yin (2003:2) pendekatan studi kasus digunakan dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman terperinci dan komprehensif pada fenomena sosial yang kompleks, menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata dimana batas antara fenomena dan konteks tidak begitu jelas serta dibutuhkan multi sumber. Pada penelitian ini, pendekatan studi kasus digunakan untuk memahami secara utuh karakteristik rantai nilai industri kreatif yang dilakukan oleh seniman lukis di Desa Jelekong mulai dari proses kreasi, produksi, distribusi hingga komersialisasi seni lukis di desa tersebut.

Analisis data secara kualitatif bersifat memaparkan secara mendalam hasil penelitian melalui pendekatan bukan angka atau nonstatistik (Djam'an Satori & Aan Komariah, 2009). Analisis ini cenderung mengakomodasi setiap data atau tanggapan responden yang diperoleh selama pengumpulan data sehingga mampu memberikan pandangan (*insight*) yang mendalam. Analisis kualitatif cenderung dilakukan untuk data yang bersifat kualitatif yang dikumpulkan dari riset eksploratori, seperti wawancara, *focus group*, atau teknik proyeksi (Istijanto, 2009: 93).

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik analisis Model Miles dan Huberman (1994) dalam Burhan Bungin (2003) dimana aktivitas analisis mulai dari pengoleksian data,

## **Darsiharjo dan Ahmad Hudaiby Galihkusumah : Analisis Rantai Nilai Industri Kreatif di Desa Wisata Jelekong Kabupaten Bandung**

reduksi data, *data display* serta konklusi dan verifikasi.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Proses edukasi yang ditempuh oleh para pengrajin lukisan di Desa Jelekong Kabupaten Bandung tidak melalui pendidikan formal di lembaga pendidikan yang berkonsentrasi khusus pada seni lukis, melainkan melalui pendidikan informal, yaitu melalui proses belajar secara turun-temurun dari keluarga. Ada beberapa pengrajin yang belajar dari saudara kandung, ada yang belajar dari ayahnya, bahkan ada yang belajar langsung dari orang pertama yang membawa seni lukis ke Desa Jelekong, yaitu Odin Rohidin.

Inovasi-inovasi yang dilakukan para pengrajin di Desa Jelekong terhadap lukisan-lukisan yang mereka buat berasal dari ide dan originalitas pemikiran para pengrajin. Menurut pengakuan salah seorang narasumber bahwa sentuhan-sentuhan perubahan yang dilakukan pada karakteristik lukisannya dilakukan secara otodidak disesuaikan dengan kemampuan estetika yang dimiliki, begitupun dengan para pengrajin lain di Desa Wisata Jelekong.

Ekspresi-ekspresi lukisan Jelekong tidak terlalu banyak keluar dari keahlian aliran setiap pengrajin. Namun, meskipun setiap pengrajin memiliki aliran lukis tersendiri yang menjadi keahliannya, tidak menjamin untuk si pengrajin melukis dengan ekspresi-ekspresi sesuai alirannya, karena disesuaikan dengan model yang diminta konsumen, sehingga ekspresi dari aliran lukis setiap pengrajin tidak menjadi sebuah profesionalisme.

Dengan kemampuan melukis sejak dini, maka proses ini mengantarkan para khalayak muda desa Jelekong ke dalam sebuah kepercayaan diri yang tinggi serta keprofesionalan di dalam melukis. Ditambah lagi dengan *brand* desa Jelekong sebagai desa lukis membuat para pengrajin

Jelekong sangat percaya diri dengan keterampilan melukis yang dimiliki.

Banyak para pengrajin lukisan di desa Jelekong melakukan proses mendapatkan pengalaman secara otodidak, para pengrajin lukisan di Desa Jelekong terus berkreasi, berimajinasi sembari terus belajar untuk tetap menghasilkan karya-karya terbaik dengan inovasi-inovasi yang terus dikembangkan.

Belum banyak para pengrajin yang melirik kepada pentingnya hak paten. Pematenan hak cipta dipandang masih sebuah cara yang tidak memiliki pengaruh terhadap nilai ekonomi dari lukisan-lukisan yang dibuatnya. Para pengrajin hanya ingin lukisan mereka laku, setiap hari bisa memproduksi lukisan dalam jumlah banyak, dan diterima di pasar, hanya itu, tidak melihat mahal dan pentingnya sebuah hak paten.

Begitu banyak talenta-talenta kreatif di desa Jelekong, khususnya dalam industri kerajinan tangan lukisan. Talenta-talenta yang bermunculan merupakan produk asli Desa Jelekong, mulai dari yang masih muda hingga yang sudah tua. Rahasia dari Desa Jelekong dalam menghasilkan talenta-talenta kreatif berbakat terletak pada proses edukasi serta semangat dan minat para generasi muda desa Jelekong terhadap lukisan sejak dini.

Proses Produksi Industri Kreatif di Desa Wisata Jelekong Kabupaten Bandung

Para pengrajin lukisan di Desa Jelekong rata-rata mampu menghasilkan sekitar 50-60 lukisan dalam waktu satu minggu. Hal ini bisa dilakukan tentu saja karena proses melukis telah ditunjang dengan teknologi peralatan yang sudah mampu membantu para pengrajin menghasilkan lukisan dengan cepat yaitu dengan alat seperti kuas, cat lukis, serta kanvas yang berbahan baik, sehingga bisa membantu kecepatan dalam melukis.

Desa Jelekong belum memiliki sebuah jaringan *outsourcing jasa* yang berfungsi sebagai penampung seluruh keterampilan dalam sebuah wadah perekrutan talenta

bagi industri atau perusahaan yang membutuhkan, dan hal ini akan sangat membantu setiap pengrajin untuk betul-betul menjadi seorang professional dalam bidang melukis (pelukis).

Skema-skema pembiayaan proses produksi kerajinan lukisan di Desa Jelekong ada yang dilakukan secara mandiri, ada pula yang bekerja sama antar sesama kerabat untuk kebutuhan proses produksi, seperti dalam hal biaya peramuan kanvas, pembelian kuas, dan juga pembelian cat lukis, serta peralatan-peralatan lukis lain.

Distribusi Industri Kreatif di Desa Wisata Jelekong Kabupaten Bandung

Negosiasi hak distribusi para pengrajin dengan distributor menjadi mudah dan terkadang dijual dengan harga murah. Jadi, dengan kata lain negosiasi atas hak pendistribusiannya bisa dilakukan oleh siapa saja, asalkan memiliki cukup modal untuk mengganti lukisannya

Internasionalisasi lukisan dari Desa Wisata sebenarnya sudah mulai terjadi. Hal ini terlihat dari hasil penelitian yang menyebutkan bahwa lukisan dari desa wisata Jelekong sudah di distribusikan ke Malaysia dan Arab. Kemudian terjadi komunikasi secara personal antara turis dengan pengrajin dan menjadi sebuah komunikasi bisnis.

Infrastruktur seperti aksesibilitas dan penataan galeri yang kurang representatif menjadi bahan yang perlu diperhatikan agar mampu meningkatkan konsumen yang datang langsung ke Desa Wisata Jelekong. Dengan aksesibilitas dan penataan keberadaan galeri yang baik, teratur dan bersih akan memberikan kesan nyaman bagi konsumen, serta menunjukkan aspek desa wisata secara jelas.

Komersialisasi Industri Kreatif di Desa Wisata Jelekong Kabupaten Bandung

Tidak banyak pemasaran yang dilakukan para pengrajin untuk meningkatkan *brand* lukisan mereka. Pemerintah pun tidak begitu intens

melakukan pemasaran terhadap desa Jelekong sebagai desa wisata dengan kerajinan lukisannya. Pemasaran membutuhkan dana yang cukup besar, sehingga para pengrajin lukisan hanya berfokus pada penjualan produk kepada pasar.

Sebagian besar pengrajin lukisan Jelekong menjual hasil kerajinan lukisannya kepada distributor. Mereka biasanya menawarkan hasil kerajinan lukisannya kepada distributor yang berada di daerah Braga, dengan mendatangi langsung ke galeri distributor tersebut. Banyak pula para distributor yang datang ke Jelekong untuk membeli langsung lukisan dalam jumlah banyak, sehingga para pengrajin tidak perlu mengantar lukisan mereka ke tempat distributor.

Proses promosi lukisan Jelekong kurang cepat berkembang. Salah satu usaha promosi yang dilakukan para pengrajin adalah mengikutkan karya kerajinan lukisannya dalam acara-acara seperti Expo, pameran, pertunjukan yang diadakan oleh pihak swasta ataupun bekerjasama dengan pemerintah.

Masyarakat pengrajin Jelekong selalu menjaga keramaian pasar dengan tetap memenuhi berapapun jumlah permintaan pasar terhadap lukisan-lukisan mereka. Selain itu, para pengrajin senantiasa memberikan hasil-hasil lukisan terbaik kepada konsumen dengan harga yang dapat dijangkau. Hal ini dilakukan agar pasar lukisan Jelekong tetap ramai di pasaran dan terus menunjang kebutuhan ekonomi masyarakat Jelekong.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Rantai nilai industri lukisan desa wisata Jelekong dilihat dari empat tahap yang dirumuskan oleh Departemen Perdagangan (2008), yaitu dari mulai kreasi, produksi, distribusi, hingga komersialisasi telah berjalan sederhana. Masih perlu pembinaan dan penataan dengan model dan konsep yang lebih baik untuk menyempurnakan rantai nilai

## **Darsiharjo dan Ahmad Hudaiby Galihkusumah : Analisis Rantai Nilai Industri Kreatif di Desa Wisata Jelekong Kabupaten Bandung**

industri lukisan di Jelekong agar tercipta sebuah keuntungan yang berkesinambungan, baik keuntungan bagi para pengrajin lukisan, maupun bagi konsumen sebagai pasar. Penataan-penataan yang harus dilakukan bukan hanya pada lukisannya saja, akan tetapi harus mengangkat desa Jelekong sebagai desa wisata menarik dengan industri kreatif lukisan sebagai salah satu daya tariknya.

Rantai nilai industri lukisan Jelekong yang sudah berjalan secara sederhana harus ditata kembali dengan konsep dan model yang tepat dan lebih baik untuk meningkatkan citra desa Jelekong sebagai desa wisata dengan lukisan sebagai daya tariknya. Penataan yang dilakukan bisa dimulai dari perbaikan-perbaikan interen, seperti dari segi perbaikan infrastruktur, peningkatan kualitas produk, serta pelayanan terhadap konsumen. Setelah hal-hal tersebut berjalan baik, lalu kemudian perbaikan terhadap aspek-aspek eksteren, seperti, promosi, distribusi, penjualan,

hingga internasionalisasi. Dengan demikian, rantai nilai industri lukisan Jelekong bisa berjalan secara sempurna untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara konkrit.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dinas Perdagangan Kabupaten Bandung 2008.
- Djam'an Satori & Aan Komariah. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru : Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta : Salemba Empat.
- Istijanto. 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sudibyo. 2002. *Perilaku Konsumen dan Kesenambungan Kebutuhan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yin, R.K. (2003). *Case Study Research: Design & Methods, 3rd ed*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.