

STRATEGI DALAM MEMAJUKAN INDUSTRI KREATIF DAN PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL SEBAGAI DAYA TARIK WISATA (Studi Pada Kesenian *Jaranan* di Kota Kediri)

Bothy Dewandaru

Fakultas Ekonomi, Universitas Kediri

Bothy@unik-kediri.ac.id

Nining Purnamaningsih

Fakultas Ekonomi, Universitas Kediri

Nining1958@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini dibuat untuk melihat seberapa besar pemanfaatan industri kreatif di Kota Kediri dan pengembangan ekonomi lokal terutama pada kesenian *Jaranan* yang sudah menjadi salah satu ikon Kota Kediri. Industri kreatif yang didasari pengembangan ekonomi lokal akan lebih mendorong munculnya potensi-potensi ekonomi baru dan mampu memberdayakan tenaga kerja lokal yang pada akhirnya akan meningkatkan perekonomian Kota Kediri. Penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif, dimana metode ini digunakan untuk menjelaskan suatu fenomena yang terjadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesenian *Jaranan* memiliki daya tarik besar di masyarakat Kota Kediri, sehingga di setiap pertunjukkan banyak pedagang kecil yang berjualan serta semakin bertambahnya pengrajin perlengkapan *Jaranan* yang hidup dari daya tarik kesenian *Jaranan*.

Kata kunci : Industri kreatif, pengembangan ekonomi lokal, *Jaranan*

Pendahuluan

Di Indonesia ekonomi kreatif dipahami sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasis inovasi, kreativitas dan imajinasi. Menurut Departemen Perdagangan, (2008) ada beberapa arah dari pengembangan industri kreatif ini, seperti pengembangan yang lebih menitikberatkan pada industri berbasis: (1) lapangan usaha kreatif dan budaya (*creative cultural industry*); (2) lapangan usaha kreatif (*creative industry*), atau (3) Hak Kekayaan Intelektual seperti hak cipta (*copyright industry*).

Pengembangan sektor pariwisata didukung Inpres No 16 Tahun 2005 tentang kebijakan pembangunan kebudayaan dan pariwisata, terdapat tujuh kebijaksanaan yang tercantum yaitu: promosi digencarkan, aksesibilitas diperlukan, mutu produk dan pelayanan ditingkatkan, kawasan wisata dikembangkan, wisata bahari digalakkan, SDM ditingkatkan, sadar budaya, dan sapta pesona dibudayakan (Musanef, 1995).Pengembangan ekonomi

lokal berbasis seni pertunjukkan memiliki potensi untuk membuat desa wisata yang berbasis seni. Kegiatan pariwisata dengan memanfaatkan sumber daya setempat mulai dikembangkan berdasarkan pada tujuan ekonomi berkelanjutan, mendukung upaya-upaya pelestarian lingkungan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (Fandeli, 2001).

Kesenian *Jaranan* di Kota Kediri sendiri terdapat di setiap kecamatan dan jumlahnya cukup banyak. Jika potensi ini tidak dimanfaatkan oleh pemerintah daerah, maka lambat laun dampak ekonomi dari kesenian *Jaranan* akan menghilang seperti potensi lapangan pekerjaan. Pemerintah sebagai pembuat kebijakan belum memaksimalkan potensi kesenian *Jaranan* sebagai daya tarik wisatawan, kesenian *Jaranan* baru dimanfaatkan dalam kegiatan tahunan Kota Kediri, namun pertunjukkan secara berkala dan terjadwal belum ada.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana pembangunan industri kreatif di Kota Kediri ?
2. Bagaimana penyerapan tenaga kerja dan pemanfaatan ekonomi lokal dalam kesenian *Jaranan* ?
3. Bagaimana strategi dalam pengembangan ekonomi lokal dan ekonomi kreatif pada kesenian *Jaranan* sebagai daya tarik wisata ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pembangunan industri kreatif di Kota Kediri
2. Untuk mengetahui penyerapan tenaga kerja dan pemanfaatan ekonomi lokal dalam kesenian *Jaranan*
3. Untuk mengetahui strategi dalam pengembangan ekonomi lokal dan ekonomi kreatif pada kesenian *Jaranan* sebagai daya tarik wisata

Pengembangan Ekonomi Lokal

The World Bank (2001) menjelaskan proses ekonomi yang dilakukan bersama oleh pemerintah, usahawan, dan organisasi non-pemerintah untuk menciptakan kondisi yang lebih baik untuk pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di tingkat lokal. Helmsing (2001) Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) dapat didefinisikan sebagai proses di mana kemitraan antara pemerintah daerah, kelompok berbasis masyarakat dan sektor swasta yang didirikan untuk mengelola sumber daya yang ada untuk menciptakan lapangan kerja dan mendorong perekonomian dengan baik sebuah wilayah tertentu. Ini menekankan pengendalian lokal, dengan menggunakan potensi

manusia lokal, kelembagaan dan kemampuan fisik. Pembangunan ekonomi lokal memiliki inisiatif memobilisasi pelaku, organisasi, dan sumber daya, mengembangkan lembaga baru dan sistem lokal melalui dialog dan tindakan strategis.

Fristia dan Navastara (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Faktor Penyebab Belum Berkembangnya Industri Kecil Batik Desa Kenongo Kecamatan Tulungan-Sidoarjo” mengemukakan bahwa kebijakan yang dipandang tepat dan strategis dalam rangka pembangunan potensi wilayah adalah kebijakan pengembangan ekonomi lokal.

Pengembangan ekonomi lokal adalah suatu proses yang mencoba merumuskan kelembagaan-kelembagaan pembangunan di daerah, peningkatan kemampuan sumber daya manusia untuk menciptakan produk-produk unggulan yang lebih baik, pencarian pasar, alih pengetahuan dan teknologi, serta pembinaan industri kecil dan kegiatan usaha pada skala lokal.

Dalam perspektif pembangunan ekonomi lokal, interaksi antara pariwisata dan wilayah menjadi fundamental. Pariwisata telah menjadi salah satu industri yang paling penting. Hal ini didasarkan pada globalisasi dan perannya dalam perkembangan global, sedangkan dimensinya adalah lokal dan terhubung dengan jaringan lokal perusahaan. Model pembangunan ekonomi daerah, lembaga harus menyadari masalah dan risiko dari program yang diselenggarakan tidak baik dan intervensi berkelanjutan di wilayah tersebut. Intervensi pemerintah harus menyatakan rute untuk pengembangan ekonomi lokal, terutama untuk apa yang menyangkut keberlanjutan.

Pariwisata merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang membantu daerah lokal untuk mengembangkan ke arah tujuan wisata. dengan adanya hal itu ada banyak efek yang terjadi, beberapa hal merupakan konsekuensi linear seperti munculnya hotel dan industri travel. efek positif yang mungkin terjadi adalah peningkatan kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi lokal, sedangkan efek lainnya yaitu menyangkut lingkungan dan konteks kultur sosial yang mungkin terpengaruh oleh adanya budaya baru dan gaya hidup (Pedrana, 2013).

Ekonomi Kreatif

Menurut Romer (1993), bahwa ide adalah barang ekonomi yang sangat penting, lebih penting dari objek yang sering ditekankan di kebanyakan model dan sistem ekonomi. Di dunia yang mengalami keterbatasan fisik ini, adanya penemuan ide-ide

besar, yang juga diiringi oleh jutaan ide-ide kecil telah menjadikan ekonomi tetap tumbuh secara dinamis.

Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif, namun ekonomikreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif. Ekonomi kreatifmerupakan ekosistem yang memiliki hubungan saling ketergantungan antarantai nilai kreatif (*creative value chain*); lingkungan pengembangan (*nurturanceenvironment*); pasar (*market*) dan pengarsipan (*archiving*). Ekonomi kreatif tidak hanya terkait dengan penciptaan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan. Oleh karena itu,ekonomi kreatif selain dapat meningkatkan daya saing, juga dapat meningkatkankualitas hidup Bangsa Indonesia.

Untuk mengembangkan ekonomi kreatif, diyakini bahwa kolaborasi antara pihak yang berperan dalam industri kreatif yaitu cendekiawan (*intellectuals*), bisnis (*business*), dan pemerintah (*government*) menjadi mutlak dan merupakan prasyarat tersendiri. Tanpa kolaborasi ketiga elemen itu, maka dikhawatirkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif tidak berjalan selaras, efisien dan saling tumpang tindih. Hal ini karena setiap aktor memiliki peran yang signifika, namun juga memerlukan kontribusi dari berbagai pihak. Bentuk kolaborasi antara cendekiawan, bisnis, dan pemerintah merupakan langkah utama yang perlu dirumuskan (Departemen Perdagangan, 2008). Industri kreatifmerupakan penggerak penciptaan nilai pada ekonomi kreatif. Dalam prosespenciptaan nilai kreatif, industri kreatif tidak hanya menciptakan transaksiekonomi, tetapi juga transaksi sosial dan budaya. Proses umum yang terjadi dalamrantai nilai kreatif adalah kreasi-produksi-distribusi-komersialisasi, namun setiapkelompok industri kreatif memiliki rantai niali kreatif yang berbeda.

Definisi industri kreatif sendiri menurut Departemen Perdagangan dalam buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 (2008) adalah: “Kemampuan dari industri kreatif dalam memanfaatkan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”.

Badan Ekonomi Kreatif Indonesia telah mengeluarkan sub sektor terbaru dari industri kreatif yaitu sebanyak 16 sub sektor industri kreatif, diantaranya adalah: arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; *fashion*; film, animasi dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; aplikasi dan *game developer*; penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, serta televisi dan radio. (Perpres No. 72 Tahun 2015)

- | | |
|-----------------------------|---------------------------------|
| 1. Arsitektur | 9. Musik |
| 2. Desain Interior | 10. Fashion |
| 3. Desain komunikasi visual | 11. Aplikasi dan game developer |
| 4. Desain produk | 12. Penerbitan |
| 5. Film, animasi, dan video | 13. Periklanan |
| 6. Fotografi | 14. Televisi dan radio |
| 7. Kriya | 15. Seni pertunjukkan |
| 8. Kuliner | 16. Seni rupa |

Konsep pariwisata kreatif pada awalnya didasarkan pada pengalaman yang berhubungan dengan wilayah tradisional budaya dan kreativitas belajar. Model yang lebih baru telah didasarkan pada integrasi pariwisata dan industri kreatif secara keseluruhan, yang terlibat tidak hanya konsumen tetapi juga produsen, pembuat kebijakan dan lembaga pengetahuan. Sektor kreatif seperti desain, fashion, game dan animasi sekarang menyediakan akses ke pasar baru dan diversifikasi permintaan (OECD, 2014).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif, dimana metode ini digunakan untuk menjelaskan suatu fenomena yang terjadi. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memberikan atau menjabarkan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi saat ini dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual (Sugiyono, 2007). Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan, menginterpretasikan sesuatu fenomena, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, dengan menggunakan prosedur ilmiah untuk menjawab masalah secara aktual.

Penelitian ini juga menggunakan metode naratif yang merupakan strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti menyelidiki kehidupan individu dan meminta seorang atau kelompok individu untuk menceritakan kehidupan mereka. Menurut Bogdan dan Tylor sebagaimana yang dikutip oleh Moleong (2004) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan mendeskripsikan data melalui bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah orang-orang yang mengetahui, berkaitan, dan menjadi pelaku dari industri kreatif seni pertunjukkan *Jaranan*, diharapkan dapat memberikan informasi. Penentuan informan ini diperoleh dengan cara menerapkan populasi, maksudnya keseluruhan pihak yang ada dalam penelitian berperan sebagai sasaran penelitian.

Informan dipilih berdasarkan pengetahuannya tentang industri kreatif, pariwisata dan kesenian *Jaranan* di Kota Kediri. Berdasarkan hal tersebut maka informan yang akan dipilih yaitu:

- a. Kepala Dinas Koperasi dan UMKM
- b. Kepala Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kota Kediri

- c. Pemilik kelompok seni *Jaranan*
- d. Ketua Paguyuban Kesenian *Jaranan* Wahyu Kridha Budaya
- e. Pengrajin barongan

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara, dokumentasi, serta observasi. Sedangkan teknik analisis data pada penelitian ini terdapat 5 tahap yaitu : tahap pertama adalah mengolah data yang diperoleh dari hasil wawancara lapangan, dari hasil wawancara dipilih dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian; tahap kedua data yang sudah diolah akan disesuaikan dengan dokumen yang; tahap ketiga yaitu Setelah melakukan penguraian terhadap data-data penelitian tersebut proses ini biasa dikenal dengan validasi dan reduksi; tahap keempat adalah mengintegrasikan temuan hasil penelitiandengan menggunakan pemaparan argumentatif; sebagai tahap akhir adalah proses verifikasi temuan hasil penelitian dengan teori atau konsep relevan.

Hasil dan Pembahasan

Pembangunan Industri Kreatif di Kota Kediri

Pemerintah Kota Kediri telah mencanangkan Tri Bina Kota sebagai acuan dalam melakukan pembangunan yang terdiri dari pendidikan, perdagangan serta jasa serta Industri. Dalam usaha pembangunan sektor industri, Pemerintah Kota Kediri melaksanakan program pengembangan industri. Program pengembangan industri adalah untuk mengembangkan usaha industri dan meningkatkan kapasitas produksinya, khususnya bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) serta keanekaragaman usaha produksi.

Sebagian besar unit usaha UMKM di Kota Kediri bergerak dalam produksi makanan dan pengolahan hasil pertanian. Hal ini dikarenakan wilayah-wilayah penyangga (*greater area*) di sekitar Kota Kediri merupakan penghasil berbagai komoditas pertanian sehingga banyak pihak yang melihatnya sebagai peluang usaha yang prospektif dan kemudian diolah menjadi produk yang memiliki nilai tambah, bahkan beberapa di antaranya telah berhasil memasarkan produknya menembus pasar internasional.

Menurut data dari Disperinda selama 2012-2015 tahun terakhir UMKM di Kota Kediri mengalami penambahan jumlah.

Tabel 1. Data UMKM 2012-2015

No	Tahun	Jumlah Unit Usaha
1	2012	21.597
2	2013	26.408
3	2014	30.379
4	2015	31.384

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kediri

Berdasar data diatas dapat dilihat bahwa UMKM di Kota Kediri menunjukkan tren yang baik, karena setiap tahunnya jumlah UMKM baru yang muncul semakin banyak.

Dengan banyak munculnya UMKM baru setiap tahun maka penyerapan tenaga kerja dari tiap pelaku UMKM ini juga akan semakin bertambah, sehingga UMKM mampu membantu kinerja pemerintah Kota Kediri dalam mensejahterakan masyarakat melalui usaha mandiri.

Pemerintah Kota Kediri belum melakukan pemetaan secara khusus untuk industri kreatif yang ada di Kota Kediri, 14 sektor yang termasuk dalam industri kreatif di Kota Kediri belum terdata semua. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kediri hanya mendata UMKM unggulan yang termasuk ke dalam 14 sektor industri kreatif, beberapa diantaranya adalah sektor kuliner, kerajinan, dan fesyen. Seperti yang dikatakan oleh Kristianto Kepala Dinas Koperasi dan UMKM, “Belum ada pemetaan secara khusus untuk industri kreatif tersebut, karena kita masih fokus pada UMKM dan selain itu kita masih rancu dengan Dinas Perdagangan. Di beberapa kasus UMKM binaan kita juga masuk sebagai binaan Dinas Perdagangan”. Kristianto juga menambahkan

“Dinas Koperasi dan UMKM sudah melakukan pendataan tentang UMKM dan beberapa UMKM unggulan di Kota Kediri sudah termasuk ke dalam industri kreatif, seperti kuliner Tahu taqwa dan pembuatan sulak di daerah Blabak yang memiliki kualitas ekspor. Namun beberapa pelaku UMKM yang ikut pelatihan di Klinik UMKM juga berhasil membuat produk hiasan lampu tidur”.

Pernyataan Krintianto ini diperkuat dari Departemen Perdagangan pada studi pemetaan industri kreatif tahun 2007 dalam buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 (2008), industri kreatif adalah: Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. UMKM unggulan di Kota Kediri sudah termasuk ke dalam industri kreatif karena memiliki ciri khas serta mampu menyerap tenaga kerja yang berasal dari Kota Kediri.

Pemanfaatan ekonomi lokal dalam UMKM unggulan ini dirasa belum terserap seluruhnya, karena untuk beberapa UMKM bahan baku produksi masih mengambil dari luar Kota Kediri. Peneliti mencoba menggali informasi untuk pemanfaatan ekonomi lokal dalam UMKM unggulan ini, peneliti bertanya “apakah UMKM unggulan sudah mampu memanfaatkan potensi lokal, seperti tenaga kerja maupun bahan baku?”. Kristianto mengemukakan bahwa,

“Kebanyakan bahan baku yang diperoleh para pelaku UMKM masih dari luar daerah Kota Kediri, karena UMKM seperti tenun ikat dan batik harus mencari kain dan bahan lainnya di luar Kota Kediri. Sedangkan untuk tenaga kerja, karena kebanyakan UMKM di Kota Kediri masih skala rumahan maka tenaga kerjanya masih kerabat maupun tetangga dimana UMKM tersebut beroperasi”.

Berikut merupakan UMKM unggulan yang berbasis industri kreatif di Kota Kediri yang sesuai dengan faktor-faktor yang termasuk industri kreatif yaitu:

Tabel 2. UMKM unggulan berbasis ekonomi kreatif Kota Kediri

NO	Klasifikasi UMKM	Jenis Produk	Keterangan
1	UMKM yang unggul dan menonjol	Tenun ikat, Sulak, Batik	Daya kreasi: Tinggi Serapan tenaga kerja: Tinggi Pemasaran: Tinggi Bahan Baku: Tinggi Kebaruan: Tinggi Pendidikan: Sedang Lama Usaha: Rendah
2	UMKM yang unggul dan cukup	Kerajinan kaos, kerupuk, toples hias, jilbab lukis, manik-manik, aneka bordir, dan kaca hias	Daya kreasi: Tinggi Serapan tenaga kerja: Cukup Pemasaran: Cukup Bahan Baku: Tinggi Kebaruan: Tinggi Pendidikan: Sedang Lama Usaha: Rendah
3	UMKM yang unggul dan kurang	Tahu	Daya kreasi: Rendah Serapan tenaga kerja: Tinggi Pemasaran: Tinggi Bahan Baku: Cukup Kebaruan: Rendah Pendidikan: Sedang Lama Usaha: Tinggi

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kediri

Penyerapan Tenaga Kerja dan Pemanfaatan Ekonomi Lokal Dalam Kesenian Jaranan

Kota Kediri sebagai kota yang memiliki cerita sejarah yang panjang, sebenarnya memiliki cukup banyak seni pertunjukkan yang hingga saat ini masih beroperasi dan terdata di Dinas Budaya Pariwisata Pemuda dan Olahraga. Beberapa seni pertunjukkan yang ada di Kota Kediri adalah:

Tabel 3. Seni Pertunjukkan Kota Kediri

No	Jenis Kesenian	Kecamatan Mojoroto	Kecamatan Kota	Kecamatan Pesantren	Jumlah
1	<i>Jaranan</i>	43 Grup	40 Grup	30 Grup	113 Grup
2	Orkes Melayu	12 Grup	9 Grup	15 Grup	36 Grup
3	Sanggar Tari	3 Grup	-	1 Grup	4 Grup
4	Wayang Kulit	2 Grup	-	5 Grup	7 Grup
5	Campursari	2 Grup	1 Grup	3 Grup	6 Grup
6	Jemblung	1 Grup	-	-	1 Grup
7	Reog	-	-	2 Grup	2 Grup
8	Ketoprak	-	2 Grup	1 Grup	3 Grup
Jumlah		63 Grup	52 Grup	57 Grup	172 Grup

Sumber : Dinas Budaya Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kota Kediri

Data dari diatas telah menunjukkan bahwa kesenian *Jaranan* merupakan seni pertunjukkan yang berjumlah paling banyak di Kota Kediri dengan jumlah sebanyak 113 Grup yang sudah memiliki nomor induk, kesenian *Jaranan* menjadi Seni pertunjukkan paling populer di Kota Kediri. Perkembangan kesenian *Jaranan* ini semakin berkembang pesat dari tahun ke tahun. Hal ini diperkuat dengan keterangan Yudhi sebagai salah satu pelaku di kesenian *Jaranan* sejak tahun 1972 bahwa,

“Dulu awal saya masuk di *Jaranan* kelompok *Jaranan* masih berjumlah 60 kelompok, lha sekarang sudah ada hampir 120 kelompok di Kota Kediri”.

Daya tarik kesenian *Jaranan* berakibat kepada makin banyaknya masyarakat yang ikut bergabung dengan kelompok *Jaranan*, bahkan Yudhi mengungkapkan,

“Untuk mencari 100 pemain *Jaranan* dari Kota Kediri butuh waktu cepat karena banyak sekali masyarakat Kota Kediri yang bersedia untuk tampil saat pertunjukkan *Jaranan*, bahkan beberapa orang menelpon langsung kepada saya dan karena jumlah pemain sudah tercukupi beberapa pemuda sampai rela sebagai crew maupun sebagai simpatisan hanya saat ada kesenian *Jaranan* ini tampil”.

Untuk jumlah personel di setiap kelompok *Jaranan*, Gimman mengatakan:

“Setiap kelompok *Jaranan* biasanya beranggotakan 20 sampai 30 orang semua berasal dari orang Kediri, namun saat pertunjukkan jumlah itu disesuaikan dengan besarnya anggaran dari penyewa. Rata-rata dalam satu kelompok *Jaranan* terdiri dari: Dalang, gambuh, penari, sindhen, dan nayaga”.

Dilihat dari penyerapan tenaga kerja di Kota Kediri, di dalam kelompok kesenian *Jaranan* cukup banyak menyerap tenaga kerja. Yang menjadi menarik dari setiap personel di kelompok *Jaranan* adalah, semua personel *Jaranan* ini memiliki pekerjaan lain untuk mencukupi kebutuhan hidupnya. Untuk pembagian pendapatan hasil dari pertunjukkan *Jaranan* setiap pemain biasanya mendapat Rp. 20.000 sampai Rp. 30.000, sedangkan nayaga sebagai pemain gamelan biasanya mendapat Rp. 50.000 sampai Rp. 75.000, namun tidak semua kelompok *Jaranan* membagi dengan nominal yang sama.

Menurut Hari Pratondo:

“Sekarang kelompok *Jaranan* membagi pendapatan dari pertunjukkan secara transparan, semua anggota kelompok mengetahui berapa pendapatan saat itu serta apa saja biaya yang dikeluarkan sehingga setiap anggota kelompok tahu mereka dapat upah berapa”.

Hal ini diperjelas oleh Deni bahwa:

“Seumpama hari itu pendapatan pertunjukkan Rp. 3.000.000 lalu dikurangi semua biaya sebanyak Rp. 2.000.000, maka sisa pendapatan itu yang akan dibagi rata kepada semua pemain maupun nayaga”.

Karena pendapatan dari pertunjukkan *Jaranan* yang kecil, setiap pemain *Jaranan* saat ini sudah pasti memiliki pekerjaan lain, kebanyakan dari para pemain *Jaranan* ini bekerja sebagai buruh pabrik, seperti yang diungkapkan oleh Yudhi yaitu:

“*Jaranan* sekarang belum bisa dijadikan pekerjaan tetap, setiap pemain pasti punya pekerjaan lain di luar *Jaranan*, ada yang jadi buruh pabrik, buruh bangunan. Jadi ketika ada pertunjukkan tidak bisa sehari dua hari buat persiapan, paling tidak seminggu sebelumnya”.

Departemen Perdagangan (2008) adalah kemampuan dari industri kreatif dalam memanfaatkan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Seiring semakin berkembangnya kesenian *Jaranan*, berbagai usaha pendukung kesenian *Jaranan* satu-persatu pun semakin banyak seperti:

1. Pengrajin ukir barongan di Kelurahan Lirboyo

Pengrajin barongan ini bernama Nur Khayadi, sudah menjadi pengrajin barongan selama 20 tahun. Menurut Nur Khayadi,

“Bahan baku kerajinan Barongan relatif mudah didapatkan, diperoleh dari lingkungan sekitar Kota Kediri, mulai dari bambu, kulit, ekor lembu untuk rambut, kayu Kayu Dadap Cangkring atau kayu waru, cat, tali plastik dll, khusus untuk kebutuhan kayu bisa diperoleh di kota-kota sekitar Kediri, seperti : Madiun, Nganjuk, Kabupaten Kediri, dll”



Gambar 1. Pengrajin barongan di Kelurahan Lirboyo

Dibanding dengan rumitnya pengerjaan, harga seperangkat kesenian *Jaranan* sangatlah relatif dan tidak terlalu mahal, harga 1 set Barongan siap pakai untuk pasar lokal dipatok Rp. 6.450.000 yang terdiri dari :

- a. 6 Jaran kepong harga per buah antara Rp. 350.000 – Rp. 400.000;
- b. 1 Barongan kualitas standart harga Rp. 1.500.000;
Kualitas super harga Rp. Rp. 2.500.000;
- c. 1 kucingan harga per buah Rp. 1.250.000 ;
- d. 1 celeng harga per buah Rp. 300.000.

Harga tersebut berbeda untuk pesanan luar pulau atau luar negeri kata beliau dikarenakan nilai seni yang berbeda dengan daerah asal, juga jarak dan ongkos pengiriman.

2. Pengrajin pecut di Kelurahan Jagalan

Wahyu Ristanto, sudah menjadi pengrajin pecut dan perlengkapan *Jaranan* sejak tahun 1992. Produknya saat itu membuat *Jaranan* kuda lumping, Barongan, Pentulan, dan Pecut *Jaranan*. Pekerja pembuat kuda lumping sebanyak 1 orang; pekerja pembuat pecut 2 orang; pekerja pembuat caplokan 1 orang; dan pekerja pembuat celeng 1 orang. Pekerja yang direkrut berasal dari para pemuda yang menganggur dan putus sekolah. Ada yang lulusan SMP dan ada yang lulusan SMA. Mereka berasal dari Kota Kediri sebanyak 2 orang dan yang lain dari luar Kota Kediri.

Untuk bahan baku didatangkan dari Kota Kediri dan dari luar Kota Kediri. Seperti bahan baku bambu dari Tulungagung, kayu untuk pentulan dari Ponorogo. Datangnya bahan baku setiap satu bulan sekali. Kalau untuk caplokan bahan bakunya dari lokal saja yang dipres dengan cetakan caplokan. Bahan baku pecut juga berasal dari lokal. Waktu pengerjaan biasanya dimulai jam 5 pagi sampai dengan jam 4 sore. Para pekerja akan menyetorkan hasil kerjanya setiap 2 minggu sekali. Upah yang diterima oleh pekerja berkisar Rp. 300.000

sampai dengan Rp. 400.000 per-mingguanya.

Untuk memenuhi pesanan partai besar, akan dilakukan dengan caramengumpulkannya dari para pengrajinnya yang ada di Kediri (Prambon ada 2 orang pengrajin, Wates ada 2 orang pengrajin, Gampeng ada 2 orang pengrajin, Jagalan ada 2 orang pengrajin) dan luar Kota Kediri (Tulungagung ada 2 orang pengrajin). Skala pesanan bisa mencapai 6.000 kodi untuk *Jaranan*; 500 kodi untuk pesanan caplokan; 200 kodi pentulan; 6000 kodi pecut. Biasanya jumlah pesanan terbanyak bila memasuki Hari Raya Idul Fitri dan Hari Raya Natal. Pada saat itu pesanan bisa mencapai 10.000 kodi kuda lumping; 5.000 kodi caplokan; 10.000 kodi pecut *Jaranan* (<http://kel-jagalan.kedirikota.go.id/>, 2016).

Tidak hanya pengrajin yang semakin banyak, pembeli perlengkapan *Jaranan* ini tidak terbatas pada kelompok *Jaranan* saja tapi masyarakat yang memang hobi dengan kesenian *Jaranan* juga ikut membeli perlengkapan *Jaranan* sebagai koleksi.

Strategi Dalam Pengembangan Ekonomi Lokal dan Ekonomi Kreatif Pada Kesenian *Jaranan* Sebagai Daya Tarik Wisata

Ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik (Ooi, 2006). Konsep kegiatan wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy* (Yoeti, 1985). *Something to see* terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata, *something to do* terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata, sementara *something to buy* terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata sebagai memorabilia pribadi wisatawan. Dalam tiga komponen tersebut, ekonomi kreatif dapat masuk melalui *something to buy* dengan menciptakan produk-produk inovatif khas daerah.

Dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui sektor wisata yang dijelaskan lebih lanjut oleh Yozcu dan İçöz (2010), kreativitas akan merangsang daerah tujuan wisata untuk menciptakan produk-produk inovatif yang akan memberi nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi dibanding dengan daerah tujuan wisata lainnya.

Tingkat kunjungan wisata di Kota Kediri saat ini, belum banyak mengikutsertakan industri kreatif serta memanfaatkan ekonomi lokal. Berdasar data Dinas Budaya, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga, dapat diketahui jumlah kunjungan wisata di Kota Kediri, yaitu :

Tabel 4: Data Kunjungan Wisata Kota Kediri Tahun 2016

Bulan	Daya Tarik Wisata							
	Pemandian Tirtoyoso		Pemandian Pagora		Museum Erlangga		Goa Selomangleng	
	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus
Januari		18.763		25.764		1.570		19.663
Pebruari		4.011		8.401		148		5.615

Maret		11.310		8.240		114		5.414
April	2	9.439		7.064		549		3.964
Mei		10.439		8.675		429		3.396
Juni	5	3.429		3.419		214		3.215
Juli	4	7.943		5.926		428		7.933

Sumber : Dinas Budaya Pariwisata Pemuda dan Olahraga

Goa Selomangleng sebagai salah satu ikon tempat wisata di Kota Kediri, jumlah kunjungan wisatanya lebih sedikit jumlahnya dibanding Kolam Renang Tirtoyoso. Bahkan kunjungan wisata mancanegara juga lebih banyak di Kolam Renang Tirtoyoso, padahal Goa Selomangleng simbol budaya dan sejarah yang ada di Kota Kediri. Kunjungan di kawasan Goa Selomangleng cukup banyak juga karena adanya kolam renang, ini bisa dilihat dari sedikitnya kunjungan di museum Erlangga

Menurut Nur Muhyar, Kepala Dinas Budaya Pariwisata Pemuda dan Olahraga bahwa,

“Sebenarnya di Goa Selomangleng sudah disediakan tempat bagi pelaku seni untuk menunjukkan karya mereka, terutama untuk kesenian *Jaranan* sudah dijadwalkan sebulan sekali akan ada pertunjukkan *Jaranan*”.

Namun karena tidak maksimalnya penjadwalannya dan pengaturan dari pemerintah, membuat para pelaku kesenian *Jaranan* masih melakukan pertunjukkan sesuai dengan “tanggapan” yang mereka terima. Hari Pratondo mengungkapkan

“Hingga saat ini belum ada tempat khusus bagi kesenian *Jaranan* di Kota Kediri untuk melakukan pertunjukkan, padahal seni pertunjukkan di kota lain seperti di Solo, wayang orang disediakan gedung tersendiri di sekitar tempat wisata Sriwedari”.

Padahal dengan adanya tempat khusus untuk pertunjukkan *Jaranan* dan dilengkapi dengan jadwal pertunjukkan yang diketahui masyarakat, wisatawan mancanegara maupun nusantara akan lebih mudah mengunjungi tempat wisata tersebut.

Tujuan dari pembangunan ekonomi lokal adalah untuk membangun kapasitas ekonomi dari daerah setempat untuk memperbaiki masa depan ekonomi dan kualitas hidup untuk semua. Ini adalah proses dimana publik, bisnis dan non-pemerintah mitra sektor bekerja secara kolektif untuk membuat lebih baik kondisi untuk pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja (Swinburn et al, 2006). Untuk lebih mengatur keberadaan kesenian *Jaranan* sebagai salah satu industri kreatif dan ikon Kota Kediri, beberapa hal telah dilakukan pemerintah Kota Kediri yaitu :

1. Memberikan no induk anggota

Menurut keterangan dari Yudhi

“Sejak tahun 2013 setiap kelompok *Jaranan* sudah diberi nomor induk anggota, sehingga ketika pemerintah memiliki event pemerintah tahu jumlah anggota *Jaranan* di Kota Kediri”.

Dari no induk anggota ini pula dapat diketahui jika ada masalah dalam kelompok *Jaranan* dan seluruh anggota paguyuban *Jaranan* Kota Kediri tahu apa yang harus dibantu.

2. Mengikuti dalam event-event tahunan Kota Kediri

Sejak tahun 2010 pemerintah Kota Kediri sudah menjadwalkan berbagai event yang pasti mengikutsertakan kesenian *Jaranan*, hal ini diungkapkan oleh Nur Muhyar yaitu,

“Tahun ini ada beberapa event yang mengikutsertakan kesenian *Jaranan* seperti Grebeg Sura, Pagelaran *Jaranan* Nusantara, Parade *Jaranan*, hingga pertunjukkan *Jaranan* techno. Dan event-event ini akan menjadi agenda tahunan Kota Kediri”.

3. Mematenkan Kesenian *Jaranan*

Usaha untuk mematenkan kesenian *Jaranan* sebagai kesenian khas Kediri sudah pernah dilakukan oleh pemerintah Kota Kediri, hal ini seperti yang disampaikan Nur Muhyar,

“Pemerintah sudah pernah mencoba untuk mematenkan kesenian *Jaranan*, namun karena kesenian *Jaranan* memiliki banyak kesamaan dengan kesenian kuda lumping di berbagai daerah dan *Jaranan* di Kediri belum memiliki pakem khusus maka usaha untuk mencari pakem gagal”.

Hari Pratondo Sebagai Ketua Paguyuban *Jaranan* Kota Kediri Wahyu Kridha Budaya, memiliki pandangan dan masukan kepada semua pihak yang berhubungan langsung dengan kesenian *Jaranan*. Strategi yang harus dilakukan agar kelestarian kesenian *Jaranan* tetap terjaga dan mampu menjadi dayatarik wisata Kota Kediri, beberapa hal tersebut yaitu :

1. Penataan Penampilan

Hal pertama yang harus dilakukan dalam upaya pelestarian kesenian *Jaranan* adalah penataan penampilan. Sebagai penentu sebuah pertunjukkan diminati atau tidak adalah masyarakat sendiri, karena masyarakat adalah konsumen atau pengguna (*penanggap*) dari jasa hiburan. Kelompok *Jaranan* yang laris mendapat *tanggapan* adalah kelompok yang memiliki kelebihan tertentu seperti penampilan yang bagus, harga yang kompetitif, dan pemasaran yang bagus. Diantara tida syarat tersebut penampilan yang bagus yang menjadi utama (Huda, 2016).

2. Identitas dan ikon Kediri

Setiap tempat memiliki identitas dan iklim daerahnya-daerahnya sendiri-sendiri. Kedua hal tersebut menjadi pembeda dan ciri khas daerah tersebut dibanding daerah lain. Beberapa daerah telah mampu menggunakan kesenian khas daerahnya sebagai penanda

khas daerahnya serta menjadi daya pikat pariwisata.

Untuk mampu menjadi daya tarik wisata suatu daerah, dibutuhkan konsistensi serta inovasi dari pemerintah daerah untuk mewujudkannya. Rencana strategis pembangunan ekonomi lokal biasanya dilakukan oleh pemerintah daerah dalam hubungannya dengan publik dan swasta. Implementasi dilakukan oleh masyarakat, swasta dan sektor non-pemerintah sesuai dengan kemampuan dan kekuatan mereka (Swimburn et al, 2006).

Penonjolan *Jaranan* sebagai identitas dan ikon Kediri bisa dilakukan dengan menjadikan *Jaranan* sebagai ragam hias lokal yang muncul pada batik dan ornamen hiasan arsitektur bangunan publik. Gambar-gambar *Jaranan* seharusnya bisa digunakan sebagai souvenir dengan desain yang menarik sehingga dapat menarik minat masyarakat.

Kediri telah identik dengan *Jaranan*, sudah banyak pengrajin maupun penjual asesoris *Jaranan* sebagai cinderamata khas daerah. Terdapat trend baru dikalangan pemuda, yaitu mereka dengan bangga berkalung *udeng* ketika berada dimanapun. Satu hal yang perlu ditekankan kepada berbagai pihak adalah menanamkan kesan bahwa *Jaranan* sebagai kesatuan dari pariwisata Kota Kediri sehingga tercipta pemikiran tidak lengkap berkunjung ke Kediri tanpa melihat *Jaranan* (Huda, 2016).

3. Gedung Pertunjukkan

Menyediakan tempat untuk menggelar pertunjukkan kesenian *Jaranan* secara berkala dan terjadwal serta dipublikasikan secara luas melalui media massa maupun internet, akan memudahkan masyarakat luar daerah untuk melihat pertunjukkan *Jaranan* secara langsung.

Selama ini kesenian *Jaranan* memang secara berkala telah ditampilkan di beberapa obyek wisata yang ada di Kota Kediri seperti, Goa Selomangleng, Taman Wisata Pagora. Namun semua pertunjukannya tanpa fasilitas pendukung, serta tidak adanya bangku tempat duduk bagi penonton untuk menikmati pertunjukkan dengan nyaman.

Sudah saatnya Kediri memiliki gedung pertunjukkan kesenian *Jaranan* yang representatif dengan obyek-obyek wisata yang ada di Kota Kediri. Dengan cara ini wisatawan yang berkunjung ke Kota Kediri mendapat paket wisata yang lengkap, selain berkunjung ke obyek wisata sejarah dan kuliner wisatawan juga mendapat pertunjukkan *Jaranan* (Huda, 2016).

Dengan adanya gedung pertunjukkan khusus kesenian *Jaranan*, setiap kelompok *Jaranan* dapat diberdayakan mereka secara bergantian diberi kesempatan untuk tampil bergiliran pada waktu tertentu dengan standar penampilan yang sudah ditentukan bersama. Selain memberikan kesempatan kepada kelompok *Jaranan*, keberadaan gedung pertunjukkan juga memberikan kesempatan kepada para pengrajin asesoris untuk memasarkan hasil karyanya, dan dapat menjalin kerjasama dengan sponsor maupun agen travel wisata di seluruh Indonesia.

4. Masuk ke Kurikulum Sekolah

Adanya muatan lokal (Mulok) pada kurikulum sekolah memang memungkinkan untuk itu. Sudah banyak contoh kesenian daerah sudah menjadi jurusan pada sekolah kejuruan maupun perguruan tinggi, sebagai contoh seni pendhalangan, seta kriya seni pada pada jurusan di Institut Seni Indonesia.

Masuknya kesenian jaranan kedalam lingkup akademik akan menciptakan suatu hal yang besar bagi pelestarian kesenian jaranan. Generasi muda akan dikenalkan sejak awal terhadap kesenian jaranan ini. Dengan menjadi bagian dalam pendidikan ciri khas kesenian jaranan akan tetap terjaga, hingga akhirnya dalam pertunjukkan jaranan dapat memanfaatkan kecanggihan teknologi terkini, jaranan akan bisa ditampilkan secara tak biasa. Laser dan efek-efek pertunjukkan modern akan menciptakan pertunjukkan jaranan yang luar biasa.

5. Publikasi Media

Jaranan seharusnya mendapat porsi yang cukup dalam pemberitaan di media massa. Media massa, baik cetak maupun elektronik seharusnya memiliki tanggung jawab untuk membesarkan jaranan. Melalui pemberitaan media yang positif dan menarik jaranan akan dikenal secara luas oleh masyarakat. Jika sudah mampu menarik perhatian masyarakat, akan timbul keinginan untuk melihat pertunjukkan jaranan. Dapat dipastikan muncul keinginan untuk mementaskan jaranan atau akan datang ke Kediri untuk melihat pementasan jaranan.

Perkembangan dan inovasi yang dilakukan oleh para seniman juga pantas untuk ditampilkan di media massa. Melalui pemberitaan media massa, juga dapat memberi apresiasi kepada seniman jaranan untuk terus bersemangat untuk tetap melestarikan kesenian jaranan.

Kesimpulan

Kota Kediri merupakan salah satu kota di Jawa Timur yang memiliki aset pariwisata yang cukup potensial untuk dikembangkan, baik obyek wisata alam, budaya dan sejarah. Sebagai daya tarik wisata pemerintah Kota Kediri telah mengelompokkan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif, dimana UMKM ini menjadi produk unggulan Kota Kediri yang terdiri dari UMKM kuliner hingga kerajinan.

Kesenian jaranan sebagai salah satu industri kreatif di Kota Kediri mampu bertahan diantara berkembangnya teknologi yang telah masuk dalam kehidupan masyarakat. Kesenian jaranan saat ini sudah menjadi salah satu bagian dari kehidupan masyarakat Kota Kediri, hal ini terbukti dari dari tahun ke tahun jumlah kelompok jaranan semakin bertambah banyak, selain itu keberadaan jaranan juga menarik minat masyarakat untuk ikut serta dalam kelompok jaranan hingga ikut menjadi penari jaranan saat pertunjukkan.

Kesenian jaranan hingga saat ini memang belum bisa menjadi sumber penghasilan bagi anggota kelompok jaranan, karena pendapatan yang dihasilkan dari sekali pertunjukkan

ketika sudah dibagi kepada seluruh anggota hasilnya kecil. Selain itu para anggota kesenian jaranan sudah menganggap bergabung ke dalam kelompok jaranan hanya penyaluran hobi sedangkan hasil yang diperoleh hanya sebagai nilai tambah dari penyaluran hobi tersebut.

Pengembangan ekonomi lokal dengan berkembangannya kesenian jaranan sangat terasa bagi bidang usaha lain, selain para pengrajin perlengkapan dan asesoris jaranan yang semakin bertambah, pedagang kaki lima juga mendapat dampak baik dari ramainya penonton saat pertunjukkan jaranan.

Masih perlu adanya kerjasama yang baik antara pemerintah, pelaku seni, dengan masyarakat agar kesenian jaranan dapat maksimal menjadi daya tarik wisata. Perlu tempat dan cara memasarkan secara khusus wisatawan yang datang ke Kota Kediri mendapat paket wisata yang lengkap selain wisata sejarah, kuliner, serta mendapat pertunjukkan seni layaknya pertunjukkan seni tari di Bali dan pertunjukkan angklung di Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Perdagangan RI, 2008, Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009 – 2015
- Fandeli, Chafid. 2001. Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam. Liberty. Yogyakarta
- Fristia, V.F. dan Navastara, A.M. 2014. Faktor Penyebab Belum Berkembangnya Industri Kecil Batik Desa Kenongo Kecamatan Tulangan-Sidoarjo. Surabaya : Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi Sepuluh Nopember
- Helmsing, A.H.J. (2001) Local Economic Development: New Generations of Factors, Policies and Instruments. Paper dipresentasikan pada Cape Town Symposium.
- Huda, Arief Syaifuddin (2016). Kesenian Agung Jaranan Kediri, Kediri: HAPRAINDONESIA
- Instruksi presiden republik indonesia. Nomor 16 tahun 2005. Tentang. Kebijakan pembangunan kebudayaan dan pariwisata
- Musanef. 1995. *Manajemen Usaha Pariwisata di Indonesia*. Jakarta : PT Toko Gunung Agung
- Moleong, Lexy. J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Ooi, Can-Seng. (2006). *Tourism and the Creative Economy in Singapore*. Denmark : Department of International Economics and Management Copenhagen Business School
- Pedrana M., Regional Science Inquiry Journal, Vol. V, (1), 2013, pp. 91-99
- Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif
- Sugiyono. 2007. "*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*". Bandung: Alfabeta

Swinburn, Gwen, Soraya Goga dan Fergus Murphy (2006). *Local economic development: a primer developing and implementing local economic Development strategies and action plans*. Bertelsmann Stiftung, Gütersloh; The World Bank, Washington, D.C.

Yoeti, Oka A (1985). *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung: Angkasa

Yozcu, Özen Kirant dan İçöz, Orhan. (2010). *A Model Proposal on the Use of Creative Tourism Experiences in Congress Tourism and the Congress Marketing Mix*. PASOS, Vol. 8(3) Special Issue 2010.

<https://ardana45.wordpress.com/2013/05/15/pengembangan-ekonomi-kreatif-sebagai-penggerak-industry-pariwisata-bali/>, diakses 20 September 2016

<http://kel-jagalan.kedirikota.go.id/>, diakses 21 September 2016