

BAB VII PENUTUP

A. Kesimpulan

Dewasa ini dinamika kehidupan industri pariwisata, tampaknya menempatkan karya seni sebagai peluang emas, manusia masuk pada era peradaban baru, yaitu gelombang ke-4 yang disebut abad *knowledge-based economy* atau ada pula yang menyebutnya sebagai ekonomi berorientasi pada kreativitas nilai kreativitas manusia di bidang karya seni *economy* atau ada pula yang menyebutnya sebagai ekonomi berorientasi pada kreativitas. Kunci sukses ekonomi kreatif adalah komoditas, *brand* dan diferensiasi. Sendratari Rara Jonggrang sebagai komoditas adalah cap dagang karya seni yang berorientasi pada diferensiasi dari yang bersifat tunggal ke jamak dari pertunjukan tradisi yang bersifat lokal menjadi seni hiburan bagi wisatawan yang berasal dari berbagai suku bangsa, termasuk jawaban kegiatan produktif dalam mengisi tiadanya atraksi budaya siang hari di Yogyakarta.

Penciptaan koreografi sendratari Rara Jonggrang sebagai destinasi wisata ditujukan untuk menjadi alternatif devisa negara yang berbasis pada kearifan lokal. Proses penciptaan sendratari Rara Jonggrang dibutuhkan persamaan persepsi dalam memahami kaidah-kaidah tradisional ke kaidah-kaidah kontemporer sebagai adaptasi terhadap kepentingan ukuran estetis dan selera hiburan wisatawan sesuai dengan pemenuhan gaya hidup modern. Bahkan hadirnya komunitas wisatawan yang memiliki gaya hidup tampaknya berdampak pada lahirnya suatu gaya seni wisata yang memiliki ciri-ciri: singkat/padat, tiruan dari aslinya, penuh variasi, meninggalkan nilai simbolis dan sakral, serta murah harganya menurut kocek wisatawan.

Sebagai destinasi wisata yang ditawarkan tampaknya perlu untuk ditindaklanjuti dengan niat baik mengembangkan industri kreatif yang berbasis pada pemberdayaan potensi masyarakat dan prioritas pada peningkatan kesejahteraannya. Hal ini penting terkait dengan tugas perguruan tinggi seni

sebagai pencipta rekayasa sosial yang berupa karya seni, sedang di luar tugas penciptaan lebih ditujukan pada pihak terkait seperti BUMN bidang pariwisata atau swasta nasional dan daerah untuk menjadi fasilitator pendirian lembaga komersial sebagai pengelola sendratari Rara Jonggrang. Pola kemitraan dalam bisnis industri pariwisata adalah satu keharusan, sebab dunia perguruan tinggi tidak mungkin melakukan bisnis di luar keahliannya, sehingga perlu bermitra dengan BUMN atau swasta mendirikan lembaga komersial industri pariwisata. Oleh karena itu, perlu dibentuk sebuah konsorsium jika tawaran destinasi seni pertunjukan wisata dianggap layak untuk disajikan sebagai alternatif destinasi wisata baru di objek wisata candi Prambanan yang dikunjungi rata-rata 3031 orang/per-hari pada pagi dan siang hari, sehingga setelah mengunjungi candi Prambanan terus menyaksikan sendratari Rara Jonggrang yang berkisah tentang legenda terjadinya candi Prambanan.

Segmentasi pasar untuk sendratari Rara Jonggrang adalah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta, terutama yang berkunjung ke objek wisata candi Prambanan dan sekitarnya. Pengembangan segmentasi pasar destinasi wisata baru sendratari Rara Jonggrang kiranya empat bauran pemasaran, yaitu tempat, promosi, harga, dan produk jasa merupakan strategis pemasaran untuk dielaborasi menjadi kekuatan dan peluang pasar dengan mempertimbangkan adanya kelemahan dan tantangan pasar pesaing. Kesadaran bersama untuk membangun spirit komitmen dalam mengembangkan ekonomi kreatif sebagai pemasukan devisa negara di luar minyak bumi dan gas. Era ekonomi kreatif sudah berada dihadapan kita, sekarang peluang usaha kreatif itu sangat tergantung dari kita, apakah secara serius bersedia menangkap dan mengembangkan peluang bisnis. Keberhasilan bisnis ini tentu memerlukan proses pemasaran yang panjang dan terus-menerus, sehingga atraksi seni pertunjukan wisata ini menjadi agenda rutin objek wisata di candi Prambanan yang mendampingi warisan monumen budaya yang berupa bangunan suci abad ke VIII sebagai warisan budaya umat manusia.

Hasil penelitian yang berupa penciptaan karya seni sendratari Rara Jonggrang adalah dokumen budaya yang memiliki ekonomi jika karya seni itu

diimplementasikan dalam tindakan nyata sebagai produk ekonomi kreatif yang dijadikan agenda rutin atraksi budaya untuk fasilitas rekreasi wisatawan yang berkunjung ke objek wisata candi Prambanan. Tiadanya pertunjukan siang hari di objek wisata candi Prambanan merupakan alasan atraksi wisata ini dijadikan agenda rutin. Oleh karena itu, hadirnya pertunjukan sendratari Rara Jonggrang adalah sebuah berkah, bukan sebuah musibah bagi Taman Wisata Candi Prambanan yang selama ini menjadi pengelola tunggal di wilayah objek wisata candi Prambanan dan sekitarnya, sehingga sepantasnya apabila BUMN Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memberi peluang di luar taman untuk dijadikan kantong-kantong budaya dan pusat peredaran uang dari kocek wisatawan. Kebijakan *corporate social responsibility* (CSR) sesuai ketentuan bahwa perusahaan harus menyisihkan 2,5% dari laba bersih untuk keperluan CSR, merupakan anjuran yang akan bermanfaat untuk pengembangan destinasi wisata baru sendratari Rara Jonggrang. Artinya, PT. Taman Wisata Candi Prambanan benar-benar mengalirkan dana CSR BUMN, terutama dengan pengembangan destinasi seni pertunjukan wisata yang telah diciptakan oleh perguruan tinggi, sehingga keberpihakan pada inovasi dan produktivitas masyarakat dapat meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan rakyat.

Model pengembangan ekonomi kreatif dengan satu landasan utama dan lima pilar utama, yaitu: (1) sumber daya insani adalah individu-individu atau sumber daya manusia yang kreatif, (2) industri yaitu kumpulan dari perusahaan yang bergerak di dalam bidang industri kreatif, (3) teknologi yaitu *enabler* untuk mewujudkan kreativitas individu dalam bentuk karya nyata, (4) sumber daya yaitu *input* selain kreativitas dan pengetahuan individu yang dibutuhkan dalam proses kreatif, misalnya: SDA, lahan, bahan baku, (5) institusi yaitu tatan sosial, *public places* dan *spaces* (norma, nilai, kebijakan dan hukum) yang mengatur interaksi antar manusia, serta kelembagaan yang terkait dengan ekonomi kreatif, (6) lembaga pembiayaan yaitu lembaga intermediasi keuangan, merupakan strategis yang harus diimplementasikan dalam tindakan praktis dan tindakan sosial dalam membangun struktur industri pariwisata Indonesia.

B. Saran

1. Departemen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Dinas Pariwisata Propinsi D.I.Y. perlu mendukung secara proaktif dengan memberikan fasilitas pemasaran dan dukungan dana, sedang perguruan tinggi seni adalah kreator dan inovator ekonomi kreatif lewat program penelitian terapan.
2. Kerja sama Institut Seni Indonesia Yogyakarta lewat program penelitian DP2M Dikti. Depdikbud dengan PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan dan Ratu Boko serta Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Klaten Jawa Tengah dipandang penting untuk membantu memecahkan masalah peluang kerja yang dihadapi masyarakat, sehingga tercipta lapangan kerja baru yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraannya.
3. Ekonomi kreatif merupakan alternatif peluang kerja yang berbasis pada kearifan lokal, sehingga perlu dukungan instansi terkait untuk menciptakan kesadaran baru dalam mencari jalan keluar permasalahan ekonomi bangsa.
4. Membangun jaringan bisnis ekonomi kreatif yang berupa sendratari Rara Jonggrang sebagai ikon baru atraksi budaya di candi Prambanan dan candi Sewu.
5. Perlu kerja sama antar departemen terkait sebagai wujud spirit komitmen untuk membangun Indonesia baru yang berbasis pada kearifan lokal dalam kehidupan kearifan global.

DAFTAR PUSTAKA

- AS, S.I. Sutrisno., 1982, *Pathining Basa Jawa*, Mutiara Permatawidjaja, Semarang
- Ellfeldt, Lois, *Pedoman Dasar Penata Tari*, terjemahan Sal Murgiyanto, Jakarta, Dewan Kesenian Jakarta, 1977.
- Handoko, T. Hani, 2009, *Manajemen*, BPFE, Yogyakarta.
- Hawkins, Alma M, 2003, *Seni Menata Lewat Tari*, terjemahan Y. Sumaniyo Hadi, Manthili, Yogyakarta.
- Hersapandi dan Bagawan Ciptoning, 1999, *Prambanan Menggugat: Kegelisahan Komuniats Seniman Prambanan*, Yayasan Untuk Indonesia, Yogyakarta.
- Hunger, J. David dan Thomas L. Wheelen, 1996, *Manajemen Strategis*, terjemahan Julianto Agung, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Kartodjirdjo, Sartono, 1987, *Kebudayaan Pembangunan dalam Perspektif Sejarah*, Gramedia, Jakarta.
- Kayam, Umar, (1983), "Ngesti Pandawa : Suatu Persoalan Kitsch di Negara Berkembang " dalam Edi Seedyawati dan Sapardi Djoko Darmono editor *Seni Dalam Masyarakat Indonesia, Bunga Rampai*, Gramedia, Jakarta.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta
- Lundberg, Donald E., Mink H. Stavenga, dan M. Krishnamoorthy, 1997, *Ekonomi Pariwisata*, terjemahan Sofyan Jusuf, Gramedia, Jakarta.
- Murgiyanto, Sal, 1986, "Dasar-Dasar Koreografi Tari," dalam *Pengetahuan Elementer Tari dan Beberapa Masalah Tari*, penyunting Fx. Sutopo Cokrohamijoyo dkk, Jakarta, Direktorat Kesenian Proyek Pengembangan Kesenian Jakarta Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1986, p. 143.
- Murgiyanto, Sal, 1999, "Multikulturalisme Dalam Seni Pertunjukan: Ragam Bentuk dan Motif," dalam *Keragaman dan Silang Budaya*, Bandung, Jurnal Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia.
- Naisbitt, John dan Patricia Aburdene, 1987, *Megatren 2000: Sepuluh Arah*

- Baru Untuk Tahun 199-an*, terjemahan FX. Budiyanto, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Nugroho, Iwan, 2011, *Rkowisata dan Pembangunan Berkelanjutan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Sedyawati, Edi, 1981, *Pertumbuhan Seni Pertunjukan*, Sinar Harapan, Jakarta.
- Smith, Jaqueline M., 1985, *Dance Composition: A Practical Guide For Teachers*, A & Black, London.
- Soedarsono, 1986, "Pengantar Pengetahuan dan Komposisi Tari," dalam *Pengetahuan Elementer Tari dan Beberapa Masalah Tari*, penyunting Fx. Sutopo Cokrohamijoyo dkk, Direktorat Kesenian Proyek Pengembangan Kesenian Jakarta Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta.
- _____, 1990, *Wayang Wong: The State Ritual Dance Drama in The Court of Yogyakarta*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- _____, 1999, *Seni Pertunjukan Indonesia dan Pariwisata*, Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia, Bandung.
- Soekadijo, R.G., 1997, *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata Sebagai "Systemic Linkage"*, Gramedia, Jakarta.
- Suryana, 2013, *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sutrisno, Mudji, 1993, *Nuansa-Nuansa Peradaban*, Kanisius, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2009, *Service Marketing Esensi dan Aplikasi*, Marknesis, Yogyakarta.
- Truong, Thanh-Dam, 1992, *Seks, Uang dan Kekuasaan: Pariwisata dan Pelacuran di Asia Tenggara*, terjemahan Ade Armando, LP3ES, Jakarta.
- Wahab, Salah, 1992, *Manajemen Kepariwisata*, Pradnya Paramita, Jakarta.