

PEMANFAATAN WARISAN BUDAYA SEBAGAI KEUNGGULAN KOMPETITIF BISNIS PARIWISATA

Yofy Syarkani^{1)*}

Universitas Langlangbuana Bandung, Indonesia¹⁾

Email: yofiesyarkani@unla.ac.id*

Riwayat Artikel

Diterima: 15 Januari 2025

Disetujui: 17 Februari 2025

Diterbitkan: 2 Maret 2025

Abstract

This study examines cultural heritage management strategies as a source of competitive advantage in tourism business development, through a case study of Saung Angklung Udjo (SAU). The research is grounded in the urgency of preserving local culture amid globalization and the rising demand for cultural-based tourism. It aims to analyze how SAU utilizes angklung art as an authentic and sustainable tourism attraction. Using a qualitative exploratory-descriptive approach with observation and literature review methods, the study finds that SAU implements integrated strategies of differentiation, innovation, digitalization, and community collaboration. The results reveal that SAU has successfully merged cultural values with modern business strategies, creating a globally relevant yet culturally authentic model for managing cultural tourism destinations. This study contributes to the literature on cultural tourism management by offering a framework for strategic practices rooted in local cultural heritage.

Keywords: Cultural Tourism, Cultural Heritage, Business Strategy, Angklung, Saung Angklung Udjo

Abstrak

Penelitian ini membahas strategi pengelolaan warisan budaya sebagai keunggulan kompetitif dalam pengembangan bisnis pariwisata melalui studi kasus Saung Angklung Udjo (SAU). Latar belakang penelitian didasari urgensi pelestarian budaya lokal di tengah arus globalisasi dan meningkatnya permintaan wisata berbasis budaya. Tujuannya adalah menganalisis bagaimana SAU memanfaatkan seni angklung sebagai daya tarik wisata yang otentik dan berkelanjutan. Dengan pendekatan kualitatif eksploratif-deskriptif dan metode observasi serta studi literatur, penelitian ini menemukan bahwa SAU menerapkan strategi diferensiasi, inovasi, digitalisasi, dan kolaborasi komunitas secara terpadu. Hasil menunjukkan bahwa SAU sukses menggabungkan nilai budaya dan strategi bisnis modern, menciptakan model pengelolaan destinasi budaya yang relevan secara global namun tetap otentik. Studi ini memperkaya literatur manajemen pariwisata budaya dengan menawarkan kerangka praktik strategis berbasis budaya lokal.

Kata kunci: Pariwisata Budaya, Warisan Budaya, Strategi Bisnis, Angklung, Saung Angklung Udjo

A. PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis budaya telah menjadi strategi utama dalam pengembangan industri pariwisata global karena mampu menggabungkan nilai ekonomi dengan pelestarian identitas lokal (Richards, 2001). Negara-negara dengan kekayaan budaya yang tinggi, seperti Jepang, Korea Selatan, dan Italia, telah berhasil menjadikan warisan budaya mereka sebagai pilar strategi promosi wisata yang kompetitif. Tren ini tidak hanya mencerminkan pergeseran minat wisatawan dari pariwisata massal ke pengalaman yang lebih otentik, tetapi juga menunjukkan bagaimana budaya dapat diolah sebagai aset ekonomi dalam kerangka manajemen destinasi yang strategis (Timothy, 2011). Dalam konteks ini, budaya tidak hanya

berfungsi sebagai simbol identitas, tetapi juga sebagai sumber daya yang mampu menciptakan diferensiasi pasar dalam industri pariwisata global.

Indonesia sebagai negara dengan keragaman budaya yang luar biasa memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisata berbasis budaya. Berbagai daerah di Indonesia telah mengembangkan model pengelolaan destinasi budaya, mulai dari desa wisata, festival budaya, hingga pertunjukan seni tradisional. Di antara berbagai wilayah tersebut, Jawa Barat menonjol dengan kekayaan seni dan tradisi Sunda yang masih hidup dan terus diwariskan. Namun, tantangan muncul dalam bagaimana mengelola kekayaan budaya tersebut agar tetap relevan di era modern sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi lokal. Diperlukan pendekatan yang tidak hanya bersifat pelestarian, tetapi juga melibatkan inovasi dan strategi bisnis yang adaptif terhadap perubahan pasar wisata.

Saung Angklung Udjo di Bandung, Jawa Barat, merupakan salah satu contoh paling berhasil dalam mengintegrasikan seni tradisional dengan manajemen pariwisata yang profesional. Didirikan pada tahun 1966 oleh Udjo Ngalagena, tempat ini telah berkembang dari pusat pelestarian angklung menjadi destinasi budaya dengan orientasi pasar yang kuat. Saung Angklung Udjo tidak hanya menyajikan pertunjukan seni tradisional, tetapi juga menciptakan pengalaman edukatif dan interaktif bagi pengunjung, menjadikannya model unik dalam pengelolaan warisan budaya. Namun, di tengah persaingan destinasi wisata budaya yang semakin ketat, muncul pertanyaan penting: sejauh mana warisan budaya seperti angklung dapat dikelola sebagai keunggulan kompetitif dalam konteks bisnis pariwisata? Pertanyaan inilah yang menjadi titik fokus dari penelitian ini.

Richards (2001) menegaskan bahwa integrasi antara edukasi dan budaya dalam pariwisata mampu meningkatkan keberlanjutan pelestarian budaya lokal. Smith (2003) menambahkan bahwa partisipasi komunitas lokal merupakan faktor kunci dalam menjamin keberhasilan pengelolaan pariwisata berbasis budaya, terutama dalam menjaga keaslian representasi budaya yang ditampilkan. Sementara itu, Wang (2007) menyoroti pentingnya inovasi dalam penyajian kesenian agar tetap relevan dan menarik di mata generasi muda serta wisatawan global. Ketiga penelitian tersebut menunjukkan bahwa pendekatan edukatif, partisipatif, dan inovatif merupakan fondasi utama dalam strategi pengembangan pariwisata budaya.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan ketiga studi sebelumnya dalam hal fokus pada pelestarian budaya melalui pendekatan edukasi, partisipasi komunitas, dan inovasi. Namun, perbedaan utama terletak pada penekanan terhadap aspek manajemen bisnis dalam pengelolaan destinasi budaya, khususnya bagaimana kesenian tradisional diposisikan sebagai sumber keunggulan kompetitif dalam industri pariwisata. Penelitian ini juga menempatkan Saung Angklung Udjo sebagai studi kasus tunggal yang dikaji secara lebih mendalam dalam konteks strategi bisnis budaya.

Berangkat dari kesenjangan kajian tersebut, penelitian ini menawarkan kontribusi berupa analisis manajerial terhadap strategi pemanfaatan warisan budaya sebagai aset bisnis. Pendekatan ini belum banyak dikaji dalam literatur sebelumnya yang umumnya lebih menekankan pada aspek pelestarian budaya semata. Dengan melihat budaya tidak hanya sebagai nilai simbolik, tetapi juga sebagai kapital strategis, penelitian ini berupaya mengisi celah dalam kajian pariwisata budaya dari perspektif manajemen bisnis.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya membangun model pengelolaan pariwisata budaya yang tidak hanya berorientasi pada pelestarian nilai-nilai tradisional, tetapi juga pada penciptaan nilai ekonomi dan keunggulan bersaing. Dalam konteks ekonomi kreatif yang berkembang saat ini, destinasi seperti Saung Angklung Udjo menghadapi tantangan untuk tetap relevan di tengah kompetisi global tanpa kehilangan jati diri budayanya. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi bisnis yang mampu menjembatani antara nilai budaya dan logika pasar.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana warisan budaya lokal, khususnya kesenian angklung di Saung Angklung Udjo, dimanfaatkan sebagai keunggulan kompetitif dalam pengembangan bisnis pariwisata. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam merumuskan strategi manajemen destinasi budaya yang berbasis pada integrasi antara nilai lokal dan pendekatan bisnis yang adaptif.

B. KAJIAN PUSTAKA

Keunggulan Kompetitif

Teori keunggulan kompetitif menjelaskan bagaimana suatu entitas dapat menciptakan posisi unggul yang berkelanjutan di pasar melalui diferensiasi atau efisiensi biaya. Dalam konteks industri pariwisata, warisan budaya dapat menjadi sumber diferensiasi yang kuat, karena menciptakan pengalaman unik yang sulit ditiru. Porter menekankan bahwa keunggulan bersaing tidak datang dari sumber daya saja, tetapi dari cara sumber daya itu dikelola dan dikembangkan secara strategis. Elemen penting dalam teori ini meliputi pemahaman terhadap pasar, nilai pelanggan, serta kemampuan mengembangkan proposisi nilai yang unik. Dalam destinasi budaya, kesenian tradisional yang dikemas dalam format modern dapat menjadi strategi diferensiasi yang mendorong daya saing. Indikator:

- Diferensiasi produk budaya
- Pengelolaan aset budaya sebagai nilai ekonomi
- Inovasi dalam penyajian pengalaman wisata
- Daya saing destinasi budaya dibanding pesaing
- Keberlanjutan posisi unik di pasar wisata

Manajemen Strategis

Teori manajemen strategis menekankan pentingnya formulasi, implementasi, dan evaluasi strategi untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi. Dalam konteks pariwisata budaya, strategi diperlukan untuk mengelola warisan budaya agar tetap relevan di tengah perubahan preferensi pasar. Proses strategis mencakup analisis lingkungan eksternal dan internal, perumusan visi dan misi, serta penyusunan strategi berbasis keunggulan organisasi. Pendekatan ini juga mendorong integrasi nilai budaya ke dalam model bisnis yang adaptif dan berorientasi pada keberlanjutan. Manajemen strategis membantu organisasi budaya seperti Saung Angklung Udjo menetapkan arah bisnis yang seimbang antara pelestarian dan pertumbuhan ekonomi. Indikator:

- Perumusan visi dan misi berbasis budaya
- Analisis SWOT destinasi budaya
- Formulasi dan implementasi strategi jangka panjang
- Integrasi nilai budaya ke dalam strategi bisnis
- Evaluasi berkelanjutan terhadap pencapaian strategi

Pariwisata Budaya

Teori ini menjelaskan bahwa motivasi wisatawan untuk berkunjung tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga kognitif dan afektif terhadap budaya lokal. Pengalaman budaya yang otentik, edukatif, dan interaktif menjadi daya tarik utama dalam pariwisata berbasis budaya. Keberhasilan destinasi budaya sangat bergantung pada bagaimana nilai-nilai lokal dikemas dan dikomunikasikan secara menarik tanpa kehilangan keasliannya. Selain itu, teori ini menyoroti pentingnya peran masyarakat lokal dalam menjaga, menyajikan, dan mengelola warisan budaya sebagai bagian dari pengalaman wisata. Saung Angklung Udjo mencerminkan praktik nyata dari teori ini dengan menyinergikan pelestarian budaya dan atraksi wisata. Indikator:

- Penyajian pengalaman budaya yang otentik
- Keterlibatan masyarakat lokal dalam destinasi wisata
- Edukasi dan interaksi dalam produk wisata budaya

- Keaslian dan daya tarik nilai budaya lokal
- Kepuasan dan loyalitas wisatawan budaya

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis eksploratif-deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali secara mendalam makna, persepsi, dan strategi yang digunakan dalam pemanfaatan warisan budaya sebagai keunggulan kompetitif dalam pariwisata (Creswell, 2014). Sifat eksploratif digunakan untuk memahami strategi bisnis budaya yang belum banyak dikaji secara mendalam di literatur, terutama dalam konteks Saung Angklung Udjo. Sedangkan sifat deskriptif digunakan untuk menguraikan potensi dan dinamika pengembangan wisata budaya secara rinci dan sistematis (Bogdan & Biklen, 2007). Pendekatan ini relevan dengan tujuan penelitian yang ingin memahami fenomena dalam konteks alamnya secara holistik.

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui dua teknik utama, yaitu observasi partisipatif dan studi literatur. Observasi dilakukan secara langsung di Saung Angklung Udjo untuk menangkap dinamika aktivitas wisata budaya, interaksi antara wisatawan dan staf, serta cara penyajian kesenian tradisional kepada pengunjung. Teknik observasi partisipatif memungkinkan peneliti memahami konteks dan makna di balik praktik budaya yang berlangsung (Spradley, 1980). Di samping itu, studi literatur digunakan untuk mengkaji sumber-sumber tertulis seperti jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, dan dokumen resmi terkait strategi pengembangan warisan budaya dan pariwisata. Kombinasi kedua teknik ini tidak hanya memperkuat kedalaman informasi, tetapi juga memungkinkan dilakukannya triangulasi data untuk memperkuat validitas hasil penelitian.

Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, yakni pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Informan terdiri dari pengelola Saung Angklung Udjo, pegiat seni budaya, wisatawan, serta akademisi atau praktisi di bidang pariwisata budaya (Patton, 2002). Sementara itu, teknik **analisis data** menggunakan pendekatan *grounded theory* yang mencakup tiga tahapan utama: *open coding* untuk mengidentifikasi kategori awal, *axial coding* untuk menghubungkan antar kategori, dan *selective coding* untuk menyusun narasi tematik sebagai dasar pembentukan teori (Strauss & Corbin, 1998). Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber, yakni dengan membandingkan data dari observasi, studi literatur, dan wawancara. Dalam menjalankan proses penelitian, peneliti mematuhi prinsip etika penelitian, termasuk menjaga kerahasiaan identitas informan, menggunakan data hanya untuk kepentingan akademik, serta mencantumkan sumber pustaka secara akurat sebagai bentuk penghargaan terhadap hak kekayaan intelektual.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Diferensiasi Budaya sebagai Keunggulan Kompetitif

Saung Angklung Udjo (SAU) berhasil membangun keunggulan kompetitif melalui diferensiasi berbasis budaya lokal. Produk utama berupa pertunjukan angklung dan seni tradisi Sunda dikemas secara kreatif dan modern, menjadikannya atraksi yang unik di tengah maraknya destinasi wisata buatan. Sebagai bentuk implementasi teori *Competitive Advantage* (Porter), SAU tidak bersaing pada biaya rendah, tetapi menciptakan nilai tambah melalui pengalaman budaya yang otentik dan mendalam. Adaptasi konten pertunjukan – dari lagu tradisional hingga lagu Barat – menunjukkan upaya strategi diferensiasi yang fleksibel sesuai kebutuhan pasar wisatawan domestik maupun mancanegara. Dengan mengedepankan pengalaman khas Sunda yang tidak dapat dengan mudah ditiru oleh pesaing, SAU memperkuat posisinya sebagai destinasi budaya unggulan di Jawa Barat.

1. Inovasi Pertunjukan Berbasis Budaya Lokal

Saung Angklung Udjo (SAU) secara konsisten melakukan inovasi pada bentuk pertunjukan seni budaya Sunda agar tetap menarik dan relevan bagi berbagai segmen wisatawan. Inovasi ini tidak hanya terletak pada pilihan lagu atau instrumen yang digunakan, tetapi juga pada tata panggung, koreografi, kostum, dan interaksi dengan penonton. Pertunjukan tidak lagi bersifat satu arah, tetapi dirancang menjadi pengalaman yang partisipatif dan edukatif, seperti sesi memainkan angklung bersama wisatawan. Selain itu, inovasi juga mencakup kolaborasi antara seni tradisional dengan elemen seni kontemporer, yang menjadikan setiap pertunjukan memiliki daya tarik tersendiri. Pendekatan ini menunjukkan bahwa budaya lokal dapat terus hidup dan berkembang melalui proses kreativitas, bukan sekadar dikurasi secara konservatif.

2. Penguatan Identitas Budaya sebagai Nilai Jual

Keberhasilan SAU sebagai destinasi budaya bertumpu pada kemampuannya mengangkat identitas budaya Sunda sebagai inti dari pengalaman wisata. Identitas ini diperkuat melalui berbagai elemen visual, musikal, dan naratif yang secara konsisten disampaikan kepada pengunjung. Mulai dari arsitektur bangunan, penggunaan bahasa lokal, hingga narasi sejarah angklung dan budaya Sunda menjadi bagian dari storytelling yang membentuk nilai jual SAU. Identitas budaya yang kuat membangun ikatan emosional dengan wisatawan, terutama mereka yang mencari keaslian dan nilai-nilai lokal dalam aktivitas wisatanya. Di sinilah SAU menjadikan identitas bukan hanya sebagai simbol, melainkan sebagai produk bernilai ekonomi yang dikurasi secara profesional dan strategis dalam bingkai pariwisata.

3. Adaptasi terhadap Selera Global tanpa Kehilangan Keaslian

Dalam menghadapi pasar global yang beragam, SAU menunjukkan kemampuan adaptif dengan memasukkan elemen musik populer, internasional, dan visual modern ke dalam pertunjukan tanpa mengorbankan substansi budaya lokal. Lagu-lagu Barat yang dibawakan dengan angklung, misalnya, menjadi jembatan antara budaya lokal dan preferensi audiens global. Namun, dalam setiap adaptasi tersebut, SAU tetap menjaga struktur tradisional dari permainan angklung dan mempertahankan konteks budaya yang mendasarinya. Pendekatan ini memungkinkan budaya lokal tampil inklusif dan terbuka, sekaligus tetap otentik. Adaptasi semacam ini adalah strategi kultural yang cerdas dalam mempertahankan relevansi global tanpa terjebak dalam komersialisasi berlebihan yang merusak esensi budaya.

Inovasi dan Teknologi dalam Pengembangan Produk Wisata Budaya

Dalam konteks manajemen strategis, SAU menunjukkan keberhasilan dalam merespons perubahan lingkungan bisnis pariwisata melalui inovasi berbasis teknologi. Pengembangan produk seperti angklung digital, angklung toel elektrik, dan integrasi teknologi digital dalam pemasaran merupakan bentuk strategi proaktif menghadapi tantangan globalisasi. Hal ini mencerminkan pemanfaatan *Strategic Management* untuk menciptakan daya saing jangka panjang. Platform digital digunakan secara efektif untuk membangun keterlibatan audiens global, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat brand sebagai destinasi budaya inovatif. SAU tidak hanya mempertahankan warisan budaya, tetapi juga merevolusi cara budaya disampaikan kepada generasi digital melalui pendekatan edutainment interaktif.

1. Diversifikasi Produk Budaya dengan Sentuhan Teknologi

Saung Angklung Udjo (SAU) menunjukkan komitmen tinggi dalam mendiversifikasi produk budaya tradisionalnya melalui sentuhan inovasi berbasis teknologi. Diversifikasi ini tidak sekadar menciptakan varian baru dari angklung seperti angklung toel atau angklung mini, tetapi juga mencakup pemanfaatan teknologi dalam proses produksi, pertunjukan, hingga pengalaman pengunjung. Misalnya, pengembangan angklung elektrik memungkinkan instrumen tradisional tampil dalam format kontemporer yang lebih fleksibel dan kompatibel dengan berbagai genre musik. Pendekatan ini memperluas cakupan konsumen, termasuk generasi muda dan komunitas musik modern yang sebelumnya tidak terlalu terlibat dengan

instrumen tradisional. Ini merupakan contoh nyata penerapan strategi diferensiasi dalam kerangka manajemen bisnis pariwisata berbasis budaya.

2. Digitalisasi Atraksi Wisata dan Saluran Promosi

Dalam ekosistem pariwisata digital saat ini, SAU memanfaatkan media sosial, platform streaming, dan website interaktif untuk mengemas pertunjukan serta promosi secara digital. Digitalisasi ini bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi sebagai strategi transformasi atraksi wisata menjadi lebih accessible dan engaging. Pertunjukan yang sebelumnya hanya bisa dinikmati secara langsung, kini dapat diakses dalam format digital oleh audiens global. Teknologi Augmented Reality (AR) atau Virtual Tour pun dapat menjadi peluang untuk memberikan pengalaman imersif kepada calon wisatawan. Dengan demikian, SAU menjadikan digitalisasi sebagai fondasi strategis untuk meningkatkan eksposur merek, efisiensi komunikasi, serta memperluas distribusi konten budaya secara global.

3. Penetrasi Pasar melalui Platform Global

SAU telah secara strategis memanfaatkan platform digital global seperti YouTube, Instagram, TripAdvisor, dan Google Maps untuk menjangkau pasar internasional. Kehadiran digital ini bukan hanya sebagai representasi daring, tetapi juga sebagai saluran pemasaran aktif yang menghubungkan SAU dengan komunitas global pecinta budaya. Kegiatan seperti pertunjukan virtual, kolaborasi internasional, dan promosi melalui konten digital telah membuka peluang kemitraan dan menarik wisatawan dari luar negeri. Dengan menerapkan pendekatan platform-based marketing, SAU berhasil memperluas jangkauan pasar secara signifikan dan menempatkan dirinya sebagai aktor budaya lokal yang mampu bersaing dalam arena global. Ini sejalan dengan prinsip competitive positioning dalam manajemen strategis yang berbasis inovasi dan jangkauan pasar.

Kolaborasi Komunitas dan Pendidikan sebagai Pilar Penguatan Pariwisata Berkelanjutan

Model pengembangan pariwisata SAU tidak terlepas dari kolaborasi erat dengan komunitas lokal dan institusi pendidikan. Kolaborasi ini menjadi elemen penting dalam penguatan keberlanjutan destinasi budaya (sustainable cultural tourism). Melalui kegiatan edukatif, pelatihan angklung, dan pelibatan warga sekitar dalam operasional wisata, SAU membentuk ekosistem yang saling menguntungkan. Strategi ini selaras dengan teori *Cultural Tourism*, di mana pelestarian budaya bukan hanya tujuan, tetapi juga alat untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat. Selain itu, kemitraan dengan sekolah dan universitas memperluas fungsi SAU sebagai laboratorium budaya sekaligus destinasi wisata edukatif. Dengan demikian, SAU tidak hanya mempertahankan nilai budaya, tetapi juga memperkuat fondasi sosial-ekonomi masyarakat di sekitarnya.

1. Program Pelibatan Masyarakat dan Seniman Lokal

Saung Angklung Udjo (SAU) secara aktif melibatkan masyarakat sekitar dan para seniman lokal dalam kegiatan sehari-hari destinasi wisata. Pelibatan ini mencakup peran sebagai pengisi acara, pembuat kerajinan tangan berbasis bambu, pemandu wisata, hingga tim produksi pertunjukan. Pendekatan ini tidak hanya membuka peluang ekonomi bagi warga, tetapi juga memperkuat identitas budaya yang hidup dan dinamis. Keberadaan seniman lokal sebagai pelaku utama dalam pertunjukan menjadikan pengalaman wisata lebih otentik, sekaligus menjaga kesinambungan nilai-nilai budaya. Dengan begitu, partisipasi komunitas bukan hanya bersifat simbolik, melainkan menjadi bagian integral dari strategi pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan.

2. Kelas dan Workshop Budaya untuk Siswa dan Wisatawan

SAU menyelenggarakan berbagai kelas dan workshop budaya sebagai bagian dari pendekatan edutainment. Program ini menyasar pelajar, mahasiswa, dan wisatawan umum untuk mengenal lebih dekat kesenian Sunda, khususnya angklung, serta filosofi di baliknya. Peserta diajak tidak hanya menonton pertunjukan, tetapi juga terlibat aktif dalam proses

pembuatan dan permainan alat musik tradisional. Pendekatan ini memperkuat transfer pengetahuan budaya secara intergenerasional dan mendorong minat terhadap seni tradisi. Di sisi lain, keterlibatan wisatawan dalam pengalaman budaya yang otentik menciptakan kesan mendalam yang menjadi nilai tambah dalam industri pariwisata modern.

3. Kemitraan dengan Lembaga Pendidikan dan Sektor Pariwisata

SAU membangun kemitraan strategis dengan berbagai lembaga pendidikan, mulai dari sekolah dasar hingga universitas, baik di dalam maupun luar negeri. Kemitraan ini terwujud dalam bentuk kunjungan edukatif, riset kolaboratif, dan pertukaran budaya. Selain itu, kerja sama juga dijalin dengan pelaku industri pariwisata seperti agen perjalanan dan asosiasi profesi untuk mengintegrasikan SAU ke dalam paket wisata budaya. Keterhubungan antara dunia pendidikan dan sektor pariwisata ini memperkuat posisi SAU sebagai destinasi yang tidak hanya menghibur, tetapi juga mendidik. Kolaborasi lintas-sektor ini menjadi kunci dalam menciptakan sistem pariwisata berkelanjutan yang mampu beradaptasi dengan dinamika global.

E. SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Saung Angklung Udjo (SAU) telah berhasil mengembangkan strategi pariwisata budaya berbasis warisan lokal melalui pendekatan diferensiasi, inovasi, digitalisasi, dan kolaborasi komunitas yang terintegrasi. Temuan utama menunjukkan bahwa SAU mampu mengelola kesenian angklung sebagai keunggulan kompetitif dalam industri pariwisata dengan menggabungkan nilai edukatif, keterlibatan masyarakat lokal, dan adaptasi terhadap selera global tanpa kehilangan keaslian budaya. Strategi ini tidak hanya menjawab rumusan masalah tentang pemanfaatan budaya lokal dalam bisnis pariwisata, tetapi juga mencapai tujuan penelitian dengan memberikan model praktik terbaik dalam manajemen destinasi budaya yang berorientasi pada keberlanjutan. Kontribusi utama dari penelitian ini adalah pendekatan integratif yang menempatkan warisan budaya sebagai kapital strategis dalam kerangka manajemen pariwisata modern, berbeda dari studi sebelumnya yang lebih berfokus pada aspek pelestarian semata. Berdasarkan hasil ini, disarankan agar pengelola SAU memperluas kemitraan dengan platform teknologi dan institusi internasional untuk meningkatkan jangkauan pasar global, sementara peneliti selanjutnya dapat menggali aspek dampak ekonomi dan sosial dari strategi ini dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan data sekunder dan observasi terbatas, sehingga penelitian mendatang perlu melibatkan wawancara mendalam serta evaluasi dampak jangka panjang. Implikasinya, pembuat kebijakan perlu mendukung regulasi dan insentif bagi destinasi wisata budaya yang berinovasi dalam menjaga warisan lokal sembari menciptakan nilai ekonomi berkelanjutan.

REFERENSI

- Adiwijaya, A. (2015). Dinamika tradisi seni pertunjukan Jaipong di era globalisasi. *Jurnal Penelitian Kearifan Lokal*, 6(2), 187–202.
- Agustian, P. (2007). *Angklung: The spirit of music of West Java*. Bandung: Institut Kesenian Jakarta.
- Agyropoulos, G., & Giovanis, G. (2018). Cultural tourism and sustainable development: A critical review. *Journal of Sustainable Development*, 11(5), 652–669.
- ARGYANTI, R. S., & SYAHRANI, S. P. (2023). Meningkatkan kreativitas dan pertunjukan lagu Cangkurileung dalam pengembangan kesenian tari di Saung Angklung Udjo. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(1), 22–28.
- Atmadibrata, E., dkk. (2006). *Khasanah seni pertunjukan Jawa Barat*. Bandung: Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat dan Yayasan Jaya Loka.

- Bakti, B. A. (2013). *Dinamika kesenian angklung di Kota Bandung: Studi kasus Saung Angklung Udjo*. Bandung: Universitas Pasundan.
- Bennett, R. M., & Carrow, C. E. (2004). The tourism experience: Place, culture and identity. *Tourism Management*, 25(3), 325–332.
- Budi, A. A., Aldianto, L., & P. Daerah. (2023). Pengembangan pariwisata budaya di Kota Bandung dalam sudut pandang implementasi kerja sama pemerintah dengan badan usaha. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan*, 11(2), 109–124.
- Cabral, N., & Caeiro, D. (2016). Heritage tourism and sustainable development: A case study of the Douro Valley World Heritage site. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(6), 882–903.
- Dewi, R. A., & Mulyana, D. (2017). Makna simbolis tari Topeng Cirebon dalam upacara adat Ngerebeg. *Jurnal Sosiodrama*, 6(2), 145–156.
- Febriani, R., & Nurhayati, R. (2020). Potensi desa wisata budaya Kampung Naga Tasikmalaya sebagai destinasi wisata unggulan Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Kebijakan Publik*, 7(1), 1–14.
- Fredline, L. E., & Faulkner, B. (2000). Managing cultural tourism: An integrated approach. *Tourism Management*, 21(1), 33–44.
- Haryanti, R., & Permana, R. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat wisatawan kunjungi desa wisata budaya Kampung Naga. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 6(2), 117–130.
- Hunter, C., & Han, H. (2016). Tourism and cultural identity: A critical discussion. *Annals of Tourism Research*, 57, 23–35.
- Koswara, B., & Ramdhani, A. (2017). Upaya pelestarian seni angklung di era globalisasi: Studi kasus di Saung Angklung Udjo Bandung. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(2), 207–222.
- Kusumah, S., & Ramli, A. (2016). Nilai-nilai budaya Sunda yang terkandung dalam lirik lagu Pop Sunda. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(1), 1–10.
- Loustiawaty, L. (2013). Strategi manajemen bauran pemasaran dalam promosi seni pertunjukan Saung Angklung Udjo di Padasuka Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Patanjala*, 4(1), 25–38.
- Mardalis. (2004). Eksistensi Saung Angklung Udjo sebagai lembaga kesenian tradisional Sunda di era globalisasi. *Jurnal Penelitian Kearifan Lokal*, 1(1), 1–10.
- Mulyana, D., & Dewi, R. A. (2016). Nilai-nilai budaya Sunda yang terkandung dalam permainan angklung. *Jurnal Sosiohumaniora*, 15(1), 1–10.
- Nugraheni, T., Budiman, A., & Rachmawati, D. (2020). Rekreasi, hiburan, belajar: Studi kegiatan wisata seni dan budaya di Saung Angklung Udjo. *Jurnal Pendidikan, Humaniora dan Ilmu Sosial (JEHSS)*, 3(2), 693–702.
- Priyanto, P., & Musthofa, B. M. (2020). Seni pertunjukan wayang golek sebagai daya tarik pariwisata budaya di Saung Angklung Udjo. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 8(1), 4.
- Rahayu, S. P., & Sari, R. A. (2019). Analisis semiotika ornamen batik Cirebon motif Mega Mendung. *Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 6(2), 127–138.
- Rusmana, R., & Ashari, A. (2018). Tradisi seni pertunjukan wayang golek Sumedang: Kajian makna dan fungsi sosialnya. *Jurnal Penelitian Sosiologi dan Antropologi*, 23(1), 1–12.
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction*. Bristol: Channel View Publications.
- Wang, Y. (2007). Cultural tourism and the shaping of place identity. *International Journal of Heritage Studies*, 13(2), 119–135.