

STRATEGI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN OBJEK KAMPUNG WISATA KREATIF BINONG JATI DI KOTA BANDUNG

Arshafa Nadhira Ramlan¹⁾

1) Prodi Ilmu Pemerintahan, Universitas Jenderal Achmad Yani,
Indonesia

Email: arshafa.nadhira12@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini berjudul Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dalam Pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati. Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah belum optimalnya pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati meskipun memiliki potensi unggulan sebagai sentra industri rajut. Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi strategi, hambatan, dan upaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam pengembangan kampung wisata tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan, mengidentifikasi hambatan yang dihadapi, serta mengetahui upaya yang dilakukan dalam mengatasi hambatan tersebut. Teori yang digunakan adalah Strategic Triangle dari Mark Moore. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan studi dokumentasi, dengan informan dari pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, pengelola kampung wisata, Pokdarwis, dan masyarakat. Teknik analisis data dilakukan melalui reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi telah dilaksanakan namun belum optimal akibat keterbatasan sumber daya, promosi, dan infrastruktur, sehingga diperlukan penguatan kapasitas dan kolaborasi lintas sektor.

Kata kunci: Strategi Pemerintahan, Kampung Wisata Kreatif, Pariwisata.

Abstract

This study is entitled The Strategy of the Bandung City Office of Culture and Tourism in the Development of Binong Jati Creative Tourism Village. The phenomenon underlying this research is the suboptimal development of Binong Jati Creative

Tourism Village despite its significant potential as a knitting industry center. The research problems focus on the strategies, obstacles, and efforts of the Office of Culture and Tourism in developing the creative tourism village. This study aims to analyze the implemented strategies, identify the obstacles encountered, and examine the efforts undertaken to address these obstacles. The theoretical framework employed is Mark Moore's Strategic Triangle. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation studies, involving informants from the Office of Culture and Tourism, tourism village managers, Tourism Awareness Groups (Pokdarwis), and the local community. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results indicate that the strategy has been implemented but has not been optimal due to limitations in resources, promotion, and infrastructure, highlighting the need to strengthen capacity and cross-sector collaboration.

Keywords: *Government Strategy, Creative Tourism Village, Tourism.*

PENDAHULUAN

Pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif merupakan salah satu agenda strategis pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Pariwisata tidak lagi dipandang semata sebagai sektor ekonomi yang berorientasi pada peningkatan kunjungan wisatawan, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan yang mampu memberdayakan masyarakat, melestarikan budaya lokal, serta memperkuat identitas daerah melalui pemanfaatan potensi kreativitas dan kearifan lokal (KemenParEkraf, 2024). Dalam konteks ini, konsep kampung wisata kreatif menjadi salah satu model pengembangan pariwisata yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam proses perencanaan, pengelolaan, dan pemanfaatan hasil pembangunan pariwisata.

Secara yuridis, pengembangan pariwisata di Indonesia berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang menegaskan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan rakyat, penghapusan kemiskinan, serta pelestarian alam, lingkungan, dan budaya. Ketentuan tersebut diperkuat melalui Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, yang memberikan

kewenangan kepada pemerintah daerah untuk mengelola dan mengembangkan sektor pariwisata sesuai dengan karakteristik dan potensi lokal daerahnya. Selanjutnya, dalam rangka percepatan investasi dan penyederhanaan perizinan, sebagian pengaturan kepariwisataan juga diintegrasikan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, yang menekankan pentingnya pengembangan pariwisata yang inklusif, berdaya saing, dan berbasis pemberdayaan UMKM.

Selain itu, aspek budaya sebagai fondasi utama pariwisata kreatif juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan, yang menegaskan bahwa pemajuan kebudayaan dilakukan melalui perlindungan, pengembangan, pemanfaatan, dan pembinaan kebudayaan sebagai upaya memperkuat jati diri bangsa. Regulasi ini menjadi landasan penting dalam pengembangan kampung wisata kreatif yang berbasis pada identitas budaya lokal, termasuk tradisi, keterampilan, dan kreativitas masyarakat.

Pada tingkat daerah, Pemerintah Kota Bandung secara konsisten mengintegrasikan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif ke dalam dokumen perencanaan pembangunan daerah. Hal ini tercermin dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Bandung Tahun 2025–2029, yang menetapkan visi pembangunan “Terwujudnya Kota Bandung sebagai Kota Kreatif, Inovatif, dan Berkelanjutan berbasis Ekonomi Hijau dan Digital.” Salah satu arah kebijakan strategis dalam RPJMD tersebut adalah penguatan pariwisata dan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal melalui pengembangan kampung wisata kreatif sebagai instrumen pemerataan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Sejalan dengan RPJMD, Rencana Strategis (RENSTRA) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Tahun 2024–2026 menetapkan peningkatan kunjungan wisatawan dan peningkatan indeks kota kreatif sebagai sasaran strategis utama. RENSTRA tersebut menyoroti berbagai isu strategis yang dihadapi, antara lain belum optimalnya pengelolaan kampung wisata, keterbatasan

kapasitas sumber daya manusia pariwisata, belum maksimalnya promosi berbasis digital, serta lemahnya sinergi lintas sektor dalam pengembangan destinasi wisata kreatif. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara perencanaan strategis dengan realisasi di lapangan yang memerlukan kajian lebih mendalam.

Kota Bandung sebagai salah satu kota kreatif di Indonesia telah mengembangkan pariwisata berbasis ekonomi kreatif melalui berbagai inisiatif kampung wisata, salah satunya adalah Kampung Wisata Kreatif Binong Jati yang dikenal sebagai sentra industri rajut. Kampung ini memiliki potensi unggulan berupa keterampilan merajut yang telah berkembang secara turun-temurun sejak tahun 1960-an dan menjadi identitas lokal kawasan. Keberadaan ratusan pengrajin rajut dan industri rumah tangga menjadikan Binong Jati sebagai modal sosial dan ekonomi yang kuat untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata kreatif berbasis komunitas.

Namun demikian, meskipun telah ditetapkan secara resmi sebagai Kampung Wisata Kreatif oleh Pemerintah Kota Bandung, pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati belum menunjukkan hasil yang optimal. Berbagai permasalahan masih ditemukan, antara lain terbatasnya promosi destinasi, belum memadainya infrastruktur pendukung wisata, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia pariwisata, serta belum optimalnya koordinasi dan sinergi lintas sektor antara pemerintah, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberadaan potensi lokal yang kuat belum secara otomatis mampu menghasilkan kinerja pengembangan pariwisata yang efektif tanpa didukung oleh strategi pemerintahan yang tepat dan implementatif.

Dalam konteks pemerintahan daerah, strategi pengembangan pariwisata menuntut adanya keseimbangan antara penciptaan nilai publik bagi masyarakat, dukungan lingkungan kebijakan dan pemangku kepentingan, serta kapasitas operasional organisasi pemerintah dalam

mengimplementasikan program pembangunan (Muhammad, 2013). Oleh karena itu, peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung sebagai perangkat daerah yang memiliki mandat langsung dalam pengembangan sektor pariwisata menjadi sangat krusial dalam merumuskan dan melaksanakan strategi pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati secara berkelanjutan dan selaras dengan RENSTRA serta RPJMD daerah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini memfokuskan kajian pada strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dalam pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati, hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan strategi tersebut, serta upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan pengembangan kampung wisata. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademis dan praktis dalam memperkuat keselarasan antara kebijakan strategis daerah dengan implementasi pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif di tingkat lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dalam pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati. Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan objek penelitian berupa strategi pengembangan kampung wisata, sementara subjek penelitian meliputi aparatur Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, pengelola kampung wisata, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), serta masyarakat setempat. Penentuan informan dilakukan melalui purposive sampling dengan pertimbangan keterlibatan dan pemahaman informan terhadap pengembangan kampung wisata (Sugiyono, 2022). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Fokus analisis penelitian didasarkan pada teori Strategic Triangle dari Mark Moore yang meliputi penciptaan nilai publik, legitimasi dan dukungan lingkungan, serta kapasitas

operasional (Muhammad, 2013). Teknik analisis data dilakukan secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan seperti yang dikatakan oleh Miles & Huberman yang di kutip dalam (Prof. Dr. Endang Widi Winarni, 2018), dengan pengujian keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan teknik untuk menjamin kredibilitas hasil penelitian (Prof. Dr. Lexy J. Moleong, 2021).

PEMBAHASAN

A. Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati

Berdasarkan hasil penelitian, strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dalam pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati secara konseptual telah diarahkan pada upaya penciptaan nilai publik (public value) melalui pemberdayaan potensi ekonomi kreatif lokal, khususnya industri rajut yang menjadi identitas utama kawasan. Kampung Wisata Kreatif Binong Jati diposisikan sebagai bagian dari strategi pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama sekaligus penerima manfaat dari aktivitas pariwisata. Strategi ini sejalan dengan amanat RPJMD Kota Bandung Tahun 2025–2029 yang menekankan penguatan perekonomian berbasis potensi lokal dan pemberdayaan UMKM melalui pengembangan kampung wisata kreatif.

Dalam perspektif teori Strategic Triangle yang dikemukakan oleh Mark Moore dalam (Muhammad, 2013), penciptaan nilai publik menjadi elemen inti dari strategi pemerintahan. Nilai publik tidak hanya diukur dari output program, tetapi dari sejauh mana kebijakan mampu memberikan manfaat sosial, ekonomi, dan kultural bagi masyarakat. Dalam konteks Kampung Wisata Kreatif Binong Jati, nilai publik yang diharapkan antara lain peningkatan pendapatan pelaku UMKM rajut, terbukanya lapangan kerja lokal, pelestarian keterampilan merajut sebagai warisan budaya, serta meningkatnya kebanggaan dan identitas masyarakat terhadap

wilayahnya.

Implementasi strategi tersebut diwujudkan melalui berbagai program, seperti pendampingan pelaku UMKM rajut, fasilitasi pelatihan bagi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), serta pengintegrasian Kampung Wisata Kreatif Binong Jati ke dalam dokumen perencanaan pembangunan pariwisata daerah, termasuk RENSTRA Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Tahun 2024–2026. Pendekatan ini menunjukkan adanya upaya pemerintah daerah untuk mengembangkan potensi lokal secara berkelanjutan dan mengaitkannya dengan kebijakan strategis daerah.

Namun demikian, hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa nilai publik yang dihasilkan dari strategi tersebut belum sepenuhnya optimal. Dampak pengembangan kampung wisata masih bersifat terbatas dan belum diikuti oleh peningkatan jumlah kunjungan wisatawan secara konsisten. Aktivitas wisata yang berlangsung cenderung bersifat insidental dan belum mampu menciptakan multiplier effect ekonomi yang signifikan dan merata bagi seluruh masyarakat kampung. Kondisi ini mengindikasikan bahwa strategi yang telah dirumuskan belum sepenuhnya mampu menjembatani potensi besar Kampung Wisata Kreatif Binong Jati dengan kebutuhan pasar pariwisata yang dinamis.

Ditinjau dari aspek legitimasi dan dukungan lingkungan (authorizing environment), Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung telah memiliki dasar legal dan kelembagaan yang cukup kuat. Pengembangan kampung wisata kreatif didukung oleh berbagai regulasi daerah, seperti Peraturan Wali Kota Bandung tentang Kampung Wisata Kreatif serta kebijakan pengembangan ekonomi kreatif daerah. Selain itu, keberadaan Pokdarwis dan keterlibatan masyarakat lokal menunjukkan adanya legitimasi sosial terhadap pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati.

Akan tetapi, penelitian ini menemukan bahwa dukungan lingkungan strategis belum terbentuk secara optimal. Kolaborasi

lintas sektor yang melibatkan pihak swasta, akademisi, komunitas kreatif, dan media masih bersifat sporadis dan belum terbangun dalam suatu pola kemitraan yang terstruktur dan berkelanjutan. Padahal, pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif menuntut pendekatan kolaboratif melalui model penta helix agar strategi yang dijalankan tidak hanya bergantung pada kapasitas masyarakat lokal. Lemahnya sinergi lintas sektor menyebabkan pengembangan kampung wisata cenderung berjalan parsial dan belum mampu memperluas jangkauan promosi serta jejaring pasar wisata.

Pada aspek kapasitas operasional (*operational capacity*), penelitian menemukan berbagai keterbatasan yang secara langsung mempengaruhi efektivitas implementasi strategi. Keterbatasan sumber daya manusia pariwisata terlihat dari belum optimalnya kemampuan pengelola kampung wisata dalam manajemen destinasi, pelayanan wisata, serta pemanfaatan teknologi digital untuk promosi. Selain itu, keterbatasan anggaran dan infrastruktur pendukung, seperti aksesibilitas kawasan, fasilitas parkir, sanitasi, dan amenities wisata, turut memengaruhi kenyamanan wisatawan dan citra Kampung Wisata Kreatif Binong Jati sebagai destinasi wisata.

Temuan ini menegaskan pandangan Mark Moore bahwa keberhasilan strategi pemerintahan tidak hanya ditentukan oleh visi kebijakan dan dukungan politik, tetapi sangat bergantung pada kesiapan kapasitas internal organisasi dan aktor pelaksana di tingkat lokal. Tanpa kapasitas operasional yang memadai, strategi yang secara normatif telah dirumuskan dengan baik akan sulit menghasilkan nilai publik yang maksimal.

B. Hambatan dalam Pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati menghadapi sejumlah hambatan yang bersifat struktural dan operasional. Hambatan utama yang paling menonjol adalah keterbatasan infrastruktur

fisik pendukung pariwisata, seperti akses jalan yang sempit, keterbatasan lahan parkir, fasilitas umum yang belum memadai, serta amenities wisata yang belum memenuhi standar kenyamanan wisatawan. Kondisi ini berdampak langsung pada rendahnya minat wisatawan untuk berkunjung secara berulang.

Selain itu, hambatan juga ditemukan pada aspek promosi dan pemasaran destinasi. Intensitas promosi Kampung Wisata Kreatif Binong Jati masih relatif rendah dan belum terintegrasi secara optimal dengan strategi promosi digital pariwisata Kota Bandung. Akibatnya, visibilitas kampung wisata ini masih kalah dibandingkan dengan destinasi wisata lain yang lebih dikenal oleh wisatawan.

Hambatan lainnya adalah keterbatasan kompetensi sumber daya manusia dalam pengelolaan pariwisata, khususnya dalam hal manajemen destinasi, pengemasan produk wisata kreatif, dan pemasaran digital. Di samping itu, lemahnya koordinasi lintas sektor antar perangkat daerah dan pemangku kepentingan menyebabkan program pengembangan tidak berjalan secara sinergis dan berkelanjutan. Hambatan-hambatan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara perencanaan strategis yang tertuang dalam RENSTRA dan RPJMD dengan realisasi implementasi di lapangan.

C. Upaya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mengatasi Hambatan

Sebagai respons terhadap berbagai hambatan tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung telah melakukan sejumlah upaya strategis, antara lain meningkatkan pendampingan kepada Pokdarwis dan pelaku UMKM rajut, memfasilitasi pelatihan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta memperkuat promosi melalui media sosial dan kegiatan pameran pariwisata. Dinas juga mendorong keterlibatan komunitas lokal dan pelaku usaha dalam mendukung aktivitas pariwisata di Kampung Wisata Kreatif Binong Jati.

Upaya-upaya tersebut mencerminkan adanya adaptasi

strategi pemerintah daerah terhadap kondisi riil di lapangan. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak dari upaya tersebut masih belum signifikan dan belum mampu menjawab seluruh permasalahan yang ada. Pendampingan dan promosi yang dilakukan masih bersifat parsial dan belum terintegrasi dalam strategi jangka panjang yang berkelanjutan.

Oleh karena itu, penelitian ini menekankan pentingnya penguatan kapasitas sumber daya manusia secara berkelanjutan, peningkatan konsistensi program pengembangan, serta pembangunan kolaborasi lintas sektor yang lebih terstruktur. Dengan memperkuat ketiga aspek dalam Strategic Triangle—nilai publik, dukungan lingkungan, dan kapasitas operasional—strategi pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati diharapkan dapat berjalan lebih efektif, berkelanjutan, dan memberikan manfaat ekonomi serta sosial yang lebih luas bagi masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dalam pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati secara konseptual telah diarahkan pada penciptaan nilai publik melalui pemanfaatan potensi lokal industri rajut, pemberdayaan masyarakat, serta penguatan identitas kampung wisata sebagai bagian dari pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif. Strategi tersebut didukung oleh kebijakan dan program pemerintah daerah yang memberikan legitimasi kelembagaan terhadap pengembangan kampung wisata kreatif.

Namun demikian, implementasi strategi tersebut belum berjalan secara optimal. Penelitian ini menemukan bahwa nilai publik yang dihasilkan masih terbatas dan belum memberikan dampak ekonomi yang signifikan dan merata bagi masyarakat. Hambatan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan kapasitas sumber daya manusia dalam pengelolaan pariwisata, infrastruktur pendukung wisata yang belum memadai, rendahnya

intensitas dan kualitas promosi destinasi, serta belum optimalnya kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, masyarakat, swasta, akademisi, dan media.

Sebagai respons terhadap berbagai hambatan tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung telah melakukan sejumlah upaya, antara lain pendampingan terhadap Kelompok Sadar Wisata dan pelaku UMKM rajut, penguatan promosi melalui media digital, serta upaya membangun kerja sama dengan berbagai pihak. Akan tetapi, hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya-upaya tersebut masih bersifat parsial dan belum terintegrasi dalam strategi pengembangan jangka panjang yang berkelanjutan.

Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan perlunya penguatan kapasitas kelembagaan dan sumber daya manusia pariwisata melalui pelatihan yang berkelanjutan dan terarah, peningkatan konsistensi dan integrasi program pengembangan kampung wisata dengan dokumen perencanaan daerah, serta pembangunan kolaborasi lintas sektor yang lebih terstruktur dan berkesinambungan. Dengan memperkuat aspek penciptaan nilai publik, dukungan lingkungan strategis, dan kapasitas operasional sebagaimana dikemukakan dalam kerangka Strategic Triangle, pengembangan Kampung Wisata Kreatif Binong Jati diharapkan dapat berjalan lebih efektif, berkelanjutan, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang lebih luas bagi masyarakat dan pembangunan pariwisata Kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Burhanudin, N. A. F. d. M. Z. F., 2023. Analisis Strategi Pemasaran Kampung Wisata Rajut Binong Jati Dalam Penjualan Produk Rajut. *Pragmatik: Jurnal Rumpun Ilmu Bahasa dan Pendidikan*, Vol. 1, No. 3.
- Ekraf, P. K. (2023). *Kajian Pemetaan Potensi Ekonomi Kreatif pada Lokasi Kampung Wisata Kreatif Rintisan di Kota Bandung tahun 2023*.
- KemenParEkraf, K. P. (2024). *Rencana Induk Kepariwisataaan*

Daerah Kota Bandung.

Muhammad, S. (2013). *Strategi Pemerintahan Manajemn Organisasi Publik.*

Jakarta: Penerbit Erlangga.

Nurul Khaerul Rahman, S. B. U. R. P., 2021. *Kolaborasi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif di Kota Bandung Studi pada Bandung Creative Belt Sektor Cigadung.* JANE: Jurnal Administrasi Negara, 13(1).

Prof. Dr. Endang Widi Winarni, M. (2018). *Teori dan Praktik Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, PTK, R&D.* Jakarta: Bumi Aksara.

Prof. Dr. Lexy J. Moleong, M. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif.*

Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi revisi.* Bandung: Alfabeta. Sutanto, A., 2018. Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Jawa Barat. *Jurnal Pariwisata Indonesia.*

Wibisono, A., & Saputro, E., 2020. Pengembangan Kampung Wisata Kreatif Berbasis Kriya Rajut: Studi Kasus Rajut Binong Jati. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(2), p. 123–134.