

## WARISAN BUDAYA SUNDA SEBAGAI SUMBER INSPIRASI EKONOMI KREATIF MAHASISWA

Andes Setianugraha<sup>1</sup>, Ivan Gunawan Nurhidayat<sup>2</sup>, Natasya Amalia Ramadhani<sup>3</sup>, Devani Sri Hanifah<sup>4</sup>, Azriya Hasya Aprilliani<sup>5</sup>, Nely Firdada Lisia<sup>6</sup>, Harry Sevril Jhon Jato S<sup>7</sup>

[andes.setianugraha@gmail.com](mailto:andes.setianugraha@gmail.com)<sup>1</sup>, [gunawanivan142@gmail.com](mailto:gunawanivan142@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[amaliaramadhani000@gmail.com](mailto:amaliaramadhani000@gmail.com)<sup>3</sup>, [dvnsrhnfh05@gmail.com](mailto:dvnsrhnfh05@gmail.com)<sup>4</sup>, [azriyahasya27@gmail.com](mailto:azriyahasya27@gmail.com)<sup>5</sup>,  
[nelyfirdada@gmail.com](mailto:nelyfirdada@gmail.com)<sup>6</sup>, [harrysevriljhonjato@gmail.com](mailto:harrysevriljhonjato@gmail.com)<sup>7</sup>

Universitas Pasundan

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana warisan budaya Sunda dapat menjadi sumber inspirasi bagi pengembangan ekonomi kreatif di kalangan mahasiswa. Kekayaan budaya Sunda, seperti kerajinan tradisional, musik daerah, motif desain visual, serta kuliner khas, memberikan peluang besar untuk menciptakan produk dan layanan kreatif yang bernilai ekonomi. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui studi literatur, observasi sederhana pada objek budaya, serta wawancara terbatas dengan mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ekonomi kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan unsur budaya Sunda mampu memperkuat identitas produk, meningkatkan daya tarik pasar, dan membuka peluang usaha yang berkelanjutan, baik secara luring maupun daring. Selain berkontribusi pada ekonomi mahasiswa, integrasi budaya lokal dalam inovasi produk juga turut mendukung pelestarian budaya di era modern. Dengan demikian, warisan budaya Sunda merupakan aset penting yang dapat diolah menjadi sumber ide kreatif sekaligus peluang ekonomi bagi generasi muda.

**Kata Kunci:** Warisan Budaya Sunda, Ekonomi Kreatif, Mahasiswa.

### PENDAHULUAN

Indonesia, dengan keragaman budayanya, menempatkan sektor ekonomi kreatif sebagai salah satu pilar penting dalam pembangunan nasional. Subsektor ekonomi kreatif, seperti kuliner, fesyen, dan aplikasi, tumbuh pesat dan berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Jawa Barat, sebagai salah satu provinsi dengan kekayaan budaya yang masif, khususnya Warisan Budaya Sunda (WBS), memiliki peluang besar untuk memaksimalkan potensi ini.

Warisan Budaya Sunda meliputi seni pertunjukan (Degung, Jaipongan), kearifan lokal (\*Sunda Wiwitan, \*Konsep Tri Tangtu di Jero Kabuyutan), desain (Imah Adat, Batik Priangan), hingga kuliner tradisional (peuyeum, surabi). Namun, tantangan muncul seiring modernisasi dan globalisasi, di mana banyak elemen budaya terancam terpinggirkan. Mahasiswa, sebagai generasi penerus dan kelompok intelektual yang melek teknologi, berada di posisi strategis untuk menjembatani gap antara tradisi dan modernitas.

Museum Sri Baduga awalnya bernama Museum Negeri Provinsi Jawa Barat yang dibangun pada tahun 1974 lalu pada tahun 1990 nama museum ini berganti menjadi Museum Negeri Provinsi Jawa Barat Sri Baduga untuk menghormati kebesaran sejarah sunda. Setiap lantai di Museum Sri Baduga ini memiliki fokusnya tersendiri, mulai dari lantai 1 yang berisi tentang sejarah terbentuknya daratan Jawa Barat, fosil, artefak zaman prasejarah, hingga bukti sejarah kerajaan Hindu-Buddha (seperti replika prasasti).

Lantai 2 yang menampilkan pengaruh islan di Jawa Barat, kolonialisme serta beragam alat pencaharian tradisional seperti pertanian, pertukangan dan alat musik tradisional seperti angklung dan gamelan. Di lantai 3 berisi koleksi seni rupa kerajinan

tangan, kain tradisional (batik Jawa Barat), serta benda-benda yang berhubungan dengan sistem kepercayaan dan numismatik (mata uang kuno).

bagaimana mahasiswa dapat memanfaatkan WBS, tidak hanya sebagai objek apresiasi, tetapi sebagai sumber ide, nilai, dan material dasar yang transformatif untuk menciptakan produk ekonomi kreatif yang berdaya saing global, sejalan dengan prinsip Sustainable Development Goals (SDGs) terkait pertumbuhan ekonomi dan inovasi. John Howkins menyatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan hasil pemanfaatan kreativitas dan budaya untuk menghasilkan nilai ekonomi. David Throsby melalui konsep cultural capital memandang warisan budaya sebagai aset yang memiliki nilai budaya sekaligus nilai ekonomi. Kedua pandangan tersebut menegaskan bahwa budaya dapat dikelola secara inovatif sebagai sumber pengembangan ekonomi kreatif berkelanjutan.

### **Tinjauan Pustaka**

#### **Warisan Budaya Sunda dan Nilai Intrinsiknya**

Museum Sri Baduga adalah museum yang sangat penting untuk pelestarian budaya Sunda, namun sayangnya museum Sri Baduga bangunan nya terlalu gelap dan kurang estetis, padahal sedikit saja dibangun akan terlihat bagus dan menarik wisatawan sekitar nya, di sisi lain museum Sri Baduga ini menyimpan banyak koleksi yang bersejarah dan sangat bernilai, tetapi untuk tampilan nya masih terkesan kurang menarik bagi generasi muda. Selain itu, untuk UMKM di lingkungan sekitar Museum Sri Baduga ini cenderung sepi karena gada pedagang kecil yang diam di sekitar museum Sri Baduga ini.

Museum ini mempunyai keunggulan seperti menyimpan koleksi artefak dan sejarah budaya Jawa Barat yang cukup lengkap. tapi penyajian museum ini masih terkesan konvensional karena kurang interaktif, bangunan yang tidak terurur dan minim penggunaan teknologi yang mengakibatkan kurang menarik pengunjung terutama generasi muda.

Warisan Budaya Sunda dicirikan oleh filosofi keseimbangan alam dan spiritualitas yang tertuang dalam konsep "Tri Tangtu di Jero Kabuyutan" (Keseimbangan dalam Tiga Hal: Rama, Resi, Ratu) dan nilai-nilai sosial seperti "Silih Asih, Silih Asah, Silih Asuh" (Saling Mengasahi, Saling Mengembangkan Potensi, Saling Menjaga). Menurut [Peneliti A, Tahun], kearifan lokal ini merupakan unique selling proposition (USP) yang tidak dimiliki oleh budaya lain.

#### **Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya**

Ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang mengandalkan ide dan pengetahuan dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama. Dalam konteks budaya, ekonomi kreatif berbasis budaya melibatkan interpretasi, adaptasi, dan komersialisasi aset budaya. [Peneliti B, Tahun] menyatakan bahwa keberlanjutan ekonomi kreatif terletak pada kemampuan inovator untuk menjaga otentisitas budaya sambil memenuhi tren pasar kontemporer.

Museum Sri Baduga memiliki potensi ekonomi kreatif yang besar berkat lokasinya di pusat Kota Bandung yang dikelilingi komunitas kreatif dan mahasiswa aktif, serta koleksi budaya Sunda yang bernilai tinggi untuk dikembangkan menjadi konten edukasi maupun desain visual. Sebagai ruang pelestarian budaya, museum ini berfungsi mendorong aktivitas ekonomi lokal melalui penyelenggaraan pameran, workshop seni, pertunjukan, hingga bazar UMKM yang melibatkan pelaku kreatif dan menggerakkan usaha kecil di sekitarnya. Namun, potensi untuk memperkuat identitas budaya ini masih terhambat oleh tampilan visual museum yang kurang modern,

sehingga menurunkan daya tarik kunjungan dan membatasi keterlibatan masyarakat dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di kawasan tersebut.

#### Perubahan Utama yang Dilakukan:

- Alur Logika: Saya menyusun ulang agar dimulai dengan Potensi (lokasi & koleksi), dilanjutkan dengan Realisasi saat ini (kegiatan ekonomi & UMKM), dan ditutup dengan Tantangan (visual modernitas) sebagai kesimpulan permasalahan.
- Efisiensi Kata: Menghilangkan pengulangan kata "budaya Sunda" dan "museum" yang terlalu sering agar kalimat lebih enak dibaca (scannable).
- Konektivitas: Menggunakan kata hubung seperti "Namun" dan "Sehingga" untuk menyatukan hambatan visual dengan dampaknya terhadap ekonomi kreatif.

#### Peran Mahasiswa dalam Inovasi Budaya

Mahasiswa memiliki akses ke ilmu pengetahuan mutakhir, teknologi digital, dan jaringan sosial yang luas. Peran mereka dalam ekonomi kreatif WBS adalah sebagai katalisator inovasi yang membawa perspektif baru. Mereka dapat memanfaatkan platform digital (e-commerce, media sosial, metaverse) untuk mendistribusikan produk dan mempromosikan narasi budaya Sunda secara efektif ke pasar internasional.

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan fokus pada studi literatur dari jurnal-jurnal ilmiah, buku, dan laporan resmi terkait Warisan Budaya Sunda dan Ekonomi Kreatif. Selain itu, digunakan analisis konten terhadap praktik dan case study yang telah berhasil mentransformasi WBS menjadi produk ekonomi kreatif, baik di Indonesia maupun studi komparatif dari negara lain. Data dianalisis untuk mengidentifikasi elemen budaya Sunda yang paling potensial dan model bisnis kreatif yang sesuai bagi mahasiswa.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Potensi Warisan Budaya Sunda sebagai Input Ekonomi Kreatif

Berdasarkan analisis, beberapa elemen kunci WBS memiliki potensi tertinggi untuk dieksploitasi oleh mahasiswa:

Warisan Budaya Sunda (WBS)	Nilai Intrinsik/Filosofi	Potensi Produk Kreatif Mahasiswa	Subsektor Ekonomi Kreatif
<b>Batik/Tenun Priangan</b>	Motif Alam, Keselarasan	<i>Sustainable Fashion</i> , Aksesori Digital (NFT Motif), Aplikasi E-textile	Fesyen, Aplikasi
<b>Seni Pertunjukan (Jaipongan, Degung)</b>	Estetika Gerak/Musik, Ritme	Konten Digital (Video Edukasi, Musik <i>Fusion</i> ), <i>Event Organizer</i> Budaya	Musik, Penerbitan, Seni Pertunjukan
<b>Kuliner Tradisional (Peuyeum, Surabi)</b>	Pengolahan Lokal, Kearifan Pangan	Inovasi Kemasan Modern, Kuliner Fungsional (sehat), Kopi & <i>Tea Blending</i> Sunda	Kuliner, Desain
<b>Arsitektur/Desain (Imah Adat)</b>	Keseimbangan Alam, Ramah Lingkungan	Desain Interior/Eksterior Modern, <i>Homestay</i> Etnik Berbasis Digital (Airbnb)	Desain, Arsitektur, Pariwisata
<b>Nilai Filosofis (Silih Asih)</b>	Etika Sosial, Keramahan	Pengembangan Aplikasi Pelayanan Pelanggan dengan <i>Local Wisdom</i>	Aplikasi, <i>Consulting</i>

## Kondisi Museum Sri Baduga dan Perumusan Masalah

**Kondisi Awal (Latar Belakang Masalah):** Museum Sri Baduga di Bandung, meskipun menyimpan koleksi dan narasi sejarah budaya Sunda yang kaya, saat ini berada dalam kondisi yang memprihatinkan—lingkungan sepi, minim aktivitas, dan kurang terawat. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi warisan budaya yang besar dengan pemanfaatan dan pengemasan yang optimal, sehingga museum belum berhasil menarik minat masyarakat luas, terutama generasi muda.

**Gagasan Solusi:** Muncul gagasan bahwa inovasi kreatif (pengembangan visual, konten budaya, dan produk lokal) dapat menjadi solusi untuk menghidupkan kembali kawasan museum. Tujuannya adalah membuat museum lebih menarik dan relevan, yang pada akhirnya akan melestarikan budaya Sunda dan membantu menggerakkan ekonomi masyarakat sekitar.

**Perumusan Masalah (Fokus Penelitian):** Laporan ilmiah ini berfokus pada:

1. Tantangan & Peluang pengelolaan Museum Sri Baduga sebagai aset budaya yang dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Bandung.
2. Kendala yang menyebabkan museum belum menarik minat masyarakat, khususnya generasi muda.
3. Pemanfaatan Potensi warisan budaya Sunda sebagai sumber inspirasi ekonomi kreatif oleh mahasiswa.

Revitalisasi kawasan Museum Sri Baduga digagas melalui penerapan inovasi kreatif, khususnya pada desain visual berbasis motif Sunda dan pengembangan konten/program interaktif (seperti mural, instalasi seni, workshop seni tradisional, dan event budaya).

- **Tujuan:** Mengubah persepsi museum dari tempat penyimpanan benda bersejarah yang monoton menjadi ruang kreatif dan interaktif yang menarik bagi masyarakat modern, sekaligus menjadi jembatan penghubung antara warisan masa lalu dan minat masa kini.

- **Dampak Positif:**

1. **Ekonomi:** Inovasi ini mendorong aktivitas ekonomi kreatif di kawasan museum (kuliner, merchandise Sunda, layanan wisata), membuka peluang UMKM lokal, dan menjadikan museum pusat perputaran ekonomi yang menguntungkan. Peningkatan pengunjung berdampak langsung pada pertumbuhan ekonomi lokal.
2. **Budaya & Sosial:** Memperkuat identitas budaya lokal dengan cara modern yang mudah dipahami generasi muda. Kolaborasi dengan komunitas dan seniman menciptakan ekosistem budaya yang hidup dan berkelanjutan.

**Kesimpulan:** Inovasi visual dan pengembangan ekonomi kreatif adalah strategi komprehensif untuk menghidupkan kembali Museum Sri Baduga, menciptakan sinergi antara pelestarian budaya dan pertumbuhan ekonomi, serta memberdayakan masyarakat secara keseluruhan.

## Warisan Budaya Sunda dan Nilai Intrinsiknya

Warisan Budaya Sunda dicirikan oleh filosofi keseimbangan alam dan spiritualitas yang tertuang dalam konsep "Tri Tangtu di Jero Kabuyutan" (Keseimbangan dalam Tiga Hal: Rama, Resi, Ratu) dan nilai-nilai sosial seperti "Silih Asih, Silih Asah, Silih Asuh" (Saling Mengasahi, Saling Mengembangkan Potensi, Saling Menjaga). Menurut [Peneliti A, Tahun], kearifan lokal ini merupakan unique selling proposition (USP) yang tidak dimiliki oleh budaya lain.

Ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang mengandalkan ide dan pengetahuan dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama. Dalam konteks budaya, ekonomi kreatif berbasis budaya melibatkan interpretasi, adaptasi, dan komersialisasi aset budaya. [Peneliti B, Tahun] menyatakan bahwa keberlanjutan ekonomi kreatif terletak pada kemampuan inovator untuk menjaga otentisitas budaya sambil memenuhi tren pasar kontemporer.

### **Peran Mahasiswa dalam Inovasi Budaya**

Mahasiswa memiliki akses ke ilmu pengetahuan mutakhir, teknologi digital, dan jaringan sosial yang luas. Peran mereka dalam ekonomi kreatif WBS adalah sebagai katalisator inovasi yang membawa perspektif baru. Mereka dapat memanfaatkan platform digital (e-commerce, media sosial, metaverse) untuk mendistribusikan produk dan mempromosikan narasi budaya Sunda secara efektif ke pasar internasional.

### **Transformasi Budaya menjadi Model Bisnis Kreatif Mahasiswa**

Transformasi WBS menjadi produk kreatif memerlukan tiga tahapan utama yang dapat diimplementasikan mahasiswa:

1. Digitalisasi dan Revitalisasi: Menggunakan teknologi digital untuk mendokumentasikan, mengarsipkan, dan merevitalisasi warisan yang hampir punah (misalnya, membuat perpustakaan digital aksara Sunda, museum virtual).
2. Inovasi dan Fusion: Menggabungkan elemen budaya dengan tren modern. Contoh: Fusion musik Sunda dengan genre elektronik (EDM), atau integrasi motif Batik Priangan ke dalam desain gadget atau NFT (Non-Fungible Token) sebagai aset digital.
3. Komersialisasi Berkelanjutan: Menciptakan rantai nilai (supply chain) yang adil dan berkelanjutan, yang memberdayakan perajin lokal (misalnya, model bisnis start-up yang menghubungkan langsung perajin tenun dengan pasar internasional melalui e-commerce).

Contoh Kasus: Mahasiswa Desain Komunikasi Visual (DKV) mengembangkan game edukasi berbasis cerita rakyat Sunda (Sangkuriang, Lutung Kasarung) dengan grafis modern, sekaligus mengintegrasikan instrumen musik Suling dan Kecapi sebagai soundtrack. Produk ini berhasil menarik pasar internasional karena kombinasi unik antara narasi lokal dan kualitas visual global.

### **KESIMPULAN**

Warisan Budaya Sunda adalah untapped resource yang luar biasa bagi pengembangan ekonomi kreatif mahasiswa. Potensi ini tidak hanya terbatas pada produk fisik (fesyen dan kuliner), tetapi juga pada produk digital (aplikasi, game, konten) dan layanan (event budaya, pariwisata). Kunci keberhasilannya terletak pada kemampuan mahasiswa untuk melakukan inovasi yang menjaga otentisitas budaya sambil mengadopsi teknologi dan standar pasar global.

### **Rekomendasi:**

1. Kurikulum Berbasis Budaya dan Kewirausahaan: Perguruan tinggi perlu mengintegrasikan mata kuliah yang mendorong kolaborasi interdisipliner (misalnya, Mahasiswa IT berkolaborasi dengan Mahasiswa Seni/Sastra Sunda) untuk menciptakan prototipe produk kreatif berbasis WBS.
2. Inkubator Bisnis Budaya: Pembentukan inkubator/akselerator khusus yang menyediakan pendanaan mikro, mentorship dari praktisi industri, dan akses ke jaringan investor untuk start-up mahasiswa berbasis budaya.

3. Sinergi Penta-Helix: Mendorong kolaborasi aktif antara akademisi, bisnis, pemerintah, komunitas Sunda, dan media untuk bersama-sama mempromosikan produk kreatif WBS, termasuk fasilitasi untuk pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) internasional.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Fahmi, F. Z., McCann, P., & Koster, S. (2017). Creative economy policy in developing countries: The case of Indonesia. *Urban Studies*, 54(13).
- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin UK. (Buku dasar mengenai konsep ekonomi kreatif global).
- Sari, N. P., & Setiawan, I. (2021). Optimalisasi Warisan Budaya Takbenda sebagai Modal Sosial Ekonomi Kreatif bagi Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Throsby, D. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press. (Menjelaskan hubungan antara nilai budaya dan nilai ekonomi).