

***Corporate Social Responsibility* PT. Astra Internasional Mewujudkan  
Ketahanan Sosial Melalui Program Wisata Tiga Agama  
Kota Tua Jamblang Kabupaten Cirebon Provinsi Jawa Barat**

***Nurul Chamidah***

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Muhammadiyah Cirebon, Indonesia  
e-mail: [nurul.chamidah@umc.ac.id](mailto:nurul.chamidah@umc.ac.id)

Dikirim: 17-08-2023, Direvisi: 31-12-2023, Diterima: 31-12-2023

***ABSTRACT***

*This research aimed to explore the potential of the Jamblang area through the corporate social responsibility program of PT. Astra International as a community empowerment program in the field of tourism villages. The main point of development through community social capital and analysis of the destination assessment of Jamblang Old Town. Jamblang had a destination that was not owned anywhere else, namely religious harmony as the main attraction. Jamblang area featured three religions and three ethnic, they were Islam, Christianity and Kong Hu Chu and architectural designs.*

*This research used a qualitative approach that emphasized researchers as the main instrument. Data collection in the form of participant observation meant that researchers participated and were involved in all activities starting from 2018 to 2023, literature studies were obtained from cultural speech literature as well as documents and interviews with the manager of Environment Social Responsibility PT. Astra International, President Director of Grow Up Institute, Head of Jamblang Village and actor agent of Kota Tua Jamblang tourism village.*

*Social resilience sought to make problems into opportunities and benefits felt by the community. The series of history and relics of old buildings became capital for the community as a tourist destination with the concept of educational tourism. Corporate Social Responsibility PT. Astra International through Desa Sejahtera Astra (DSA) conducted a mentoring program in the form of a tourism village with the theme of Kota Tua Jamblang. Grow Up Institute as the implementing facilitator in the field made social resilience based on respect for religious rituals and mural content as a tourist attraction themed on culture, nationalism and environmental care. The efforts made included three stages of the program, namely making the basic concept of the development of Kota Tua Jamblang on religious harmony, nationalism and the environment; Inclusion, assistance to community actors to fostered awareness and willingness to care for the environment and became tourism opportunities; Stimulus was done by engineering tours every weekend by displaying local art and culture; and the main goal was community independence in an effort to make Jamblang a socio-cultural laboratory of religious harmony.*

***Keywords: Corporate Social Responsibility; Tourism; Religious Harmony; Social Resilience***

***ABSTRAK***

Penelitian ini bertujuan untuk menggali potensi dari kawasan Jamblang melalui program corporate social responsibility PT. Astra Internasional sebagai program pemberdayaan masyarakat bidang desa wisata. Titik utama pengembangan melalui modal sosial masyarakat serta analisis atas penilaian destinasi Kota Tua Jamblang. Jamblang memiliki destinasi yang tidak dimiliki di tempat lain yaitu kerukunan umat beragama sebagai atraksi utama. Kawasan Jamblang menampilkan tiga agama yakni Islam, Kristen dan Kong Hu Chu dan desain arsitektur tiga etnis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menitikberatkan peneliti sebagai instrument utama. Pengumpulan data berupa observasi partisipan yang berarti peneliti ikut masuk dan terlibat dalam semua kegiatan mulai dari tahun 2018 hingga 2023, studi literatur diperoleh dari literatur tutur budayawan serta dokumen dan wawancara dengan manajer Environment Social Responsibility PT. Astra Internasional, Presiden Direktur Grow Up Institute, Kepala Desa Jamblang dan aktor penggerak desa wisata Kota Tua Jamblang.

Ketahanan sosial berupaya menjadikan permasalahan menjadi peluang serta kebermanfaatannya dirasakan oleh masyarakat. Rangkaian sejarah dan peninggalan bangunan tua menjadi modal bagi masyarakat sebagai destinasi wisata dengan konsep wisata edukasi. Corporate Social Responsibility PT. Astra Internasional melalui Desa Sejahtera Astra (DSA) melakukan program pendampingan berupa desa wisata dengan tema Kota Tua Jamblang. Grow Up Institute selaku fasilitator pelaksana di lapangan menjadikan ketahanan sosial yang didasari penghormatan ritual para pemeluk agama serta konten mural sebagai atraksi wisata bertema budaya, nasionalisme dan kepedulian lingkungan. Upaya yang dilakukan meliputi tiga tahap program yakni membuat konsep dasar pengembangan Kota Tua Jamblang pada kerukunan umat beragama, nasionalisme dan lingkungan; Inklusi, pendampingan pada aktor masyarakat guna menumbuhkan kesadaran dan kemauan untuk peduli pada lingkungan tempat tinggal serta menjadi peluang wisata; Stimulus dilakukan dengan melakukan rekayasa wisata setiap akhir pekan dengan menampilkan seni dan budaya lokal; dan tujuan utama adalah kemandirian masyarakat dalam upaya menjadikan Jamblang sebagai laboratorium sosial budaya kerukunan umat beragama.

***Kata Kunci: Corporate Social Responsibility; Wisata; Kerukunan Umat Beragama; Ketahanan sosial***

## **PENGANTAR**

Pariwisata telah mampu menjadi penyumbang devisa negara dan membuka lapangan kerja serta peningkatan pendapatan masyarakat. Optimalisasi destinasi wisata budaya bukan hanya soal atraksi namun juga sebagai bagian dari pemeliharaan dan keberlanjutan kebudayaan itu sendiri merupakan hakikat utama pembangunan kepariwisataan nasional (Sulistiyanto, Mujab dan Harahap, 2022). Paradigma pariwisata berbasis masyarakat menjadi tren baru dalam pembangunan pariwisata yang menitikberatkan masyarakat sebagai aktor pembangunan dan pertama dalam menikmati hasil. Bentuk pariwisata berbasis masyarakat adalah desa wisata yaitu pariwisata yang memperkenalkan kehidupan sosial budaya masyarakat dan menampilkan potensi tempat tinggal mereka (Suansri, 2003). Peran penting desa wisata mampu menjadi salah satu bentuk ketahanan sosial masyarakat (Subejo, dkk, 2021).

Ketahanan sosial merupakan sebuah bentuk kemampuan untuk mengatasi resiko akibat perubahan sosial, ekonomi dan politik yang mengelilinginya. Ketahanan sosial juga

melingkupi kemampuan bertahan dari arus globalisasi dan desentralisasi dengan cara menghindari dan atau mengelola konflik, mencari berbagai solusi, seiring dengan perkembangan komunitas itu sendiri. Dengan kata lain ketahanan sosial adalah kemampuan internal dan eksternal dalam mengatur sumber daya guna merubah ancaman menjadi sebuah peluang (Aribowo, Wirapraja dan Dian Putra, 2018). Ketahanan sosial diaktualisasikan melalui proses, pemulihan, keberlanjutan dan diakhiri dengan pertumbuhan. Ancaman yang dimaksud adalah gangguan atau kesulitan yang dihadapi oleh masyarakat dan kemampuan masyarakat mengatasinya agar menjadi lebih baik (Murray dan Zautra, 2011). Bali melakukan pengembangan pariwisata berbasis budaya dengan melibatkan pemuda menjadi upaya menjaga ketahanan sosial di Indonesia (Suradiva dan Saryani, 2018).

Fungsi strategis pariwisata sebagaimana yang ditegaskan di dalam Undang-undang Pariwisata No. 10 tahun 2009, berfungsi untuk memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan

negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Berdasarkan fungsi pariwisata terdapat 3 (tiga) kelompok utama tujuan kepariwisataan yaitu kelompok tujuan ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya. Kelompok tujuan ekonomi melingkupi pada peningkatan pertumbuhan ekonomi; peningkatan kesejahteraan rakyat; menghapus kemiskinan; dan mengatasi pengangguran. Kelompok tujuan lingkungan melingkupi pelestarian alam, lingkungan, dan sumber daya. Sementara dari kelompok tujuan sosial budaya melingkupi memajukan kebudayaan; mengangkat citra bangsa; memupuk rasa cinta tanah air; memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan mempererat persahabatan antar bangsa (Syam, 2010; Prawitasari, 2013).

Peningkatan kualitas fasilitas pariwisata merupakan salah satu isu strategis nasional dan daerah yang perlu ditanggapi dengan tepat. Kebutuhan yang didasarkan kepada permintaan wisatawan mengarahkan produk pariwisata untuk lebih terimplementasi secara berkesinambungan dan berkelanjutan. Optimalisasi daerah-daerah tujuan pariwisata atau disebut juga dengan destinasi pariwisata yang makin beragam berkorelasi dengan meningkatnya animo masyarakat untuk mengeksplorasi tempat, atraksi, amenities, informasi dan pusat kebudayaan yang baru. Hal ini berkesesuaian dengan potensi sumber daya alam dan warisan budaya yang melimpah di Indonesia. (Rosary, 2016).

Cirebon menjadi wilayah strategis sebagai pintu gerbang menuju Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta bagi masyarakat di bagian tengah dan timur Pulau Jawa. Kestrategisan wilayah ini telah ada semenjak abad ke 14 saat Cirebon menjadi pelabuhan internasional di bawah kekuasaan Kerajaan Padjadjaran. Cirebon menjadi tempat terjadinya akulturasi

budaya yang kuat antara budaya Thionghoa, India, Persia, Kolonial, Jawa dan Sunda hingga membentuk satu kesatuan sendiri bernama Cirebon. Akulturasi tersebut membuat produk budaya seperti berupa tarian, kesenian, kuliner dan bangunan yang terjaga hingga saat ini (Mahfudzoh, 2018). Saat ini, daya tarik wisata berbasis kawasan di wilayah Cirebon Raya masih berfokus pada budaya pesisir dan sejarah penyebaran agama Islam. Pasar wisatawan di wilayah Cirebon masih didominasi oleh wisatawan lokal atau wisatawan nusantara yang tertarik pada kegiatan rekreasi umum dan ziarah keagamaan. Berdasarkan ini, kelebihan yang dimiliki oleh wilayah Kabupaten/ Kota Cirebon maka tepat difokuskan pada pembangunan wisata budaya (Kristin dan Salam, 2016).

Sektor pariwisata masuk dalam lima sektor terbesar dalam menyumbang pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Cirebon. Namun sayang, pemerintah belum menjadikan sektor pariwisata sebagai program unggulan daerah dan masih berkuat dalam program sebelumnya yang menitik beratkan pada sektor pertanian dan industri jasa olahan pangan. Melihat potensi, peluang dan kelemahan tersebut maka diperlukan inovasi program pengembangan pariwisata daerah Kabupaten Cirebon. Melihat kecenderungan dua destinasi besar Cirebon yaitu kawasan belanja Batik Trusmi (kawasan terpadu) dan ziarah makam Sunan Gunung Jati (religi) maka dapat ditarik bahwa pengembangan kawasan wisata terpadu dan sisi religi dan budaya kuat menjadi domain utama yang dikembangkan. Pemerintah Daerah harus mampu membuat terobosan inovasi program dengan membuka destinasi baru yang menyuguhkan pengembangan kawasan wisata terpadu. Cirebon raya diproyeksikan sebagai kawasan wisata budaya pesisir Cirebon.

Salah satu destinasi yang dapat dikembangkan adalah kawasan Jamblang. Jejak sejarah menunjukkan bahwa Sunan Gunung Jati sebagai sultan pertama di Kerajaan Cirebon menjadikan Jamblang sebagai wilayah pertahanan militer, ekonomi dan penyebaran agama di bagian barat Kerajaan Cirebon. Strategi penataan wilayah tersebut menjadikan Jamblang sebagai wilayah yang mempertemukan berbagai ragam etnis dan agama dalam satu kawasan. Peninggalan sejarah budaya berupa bangunan cagar budaya berupa Vihara Dharma Rakhita, bangunan gaya arsitektur kolonial, Thionghoa dan Jawa dalam satu kawasan serta peninggalan non-benda berupa kuliner nasi Jamblang, kerajinan tangan serta kesenian khas Cirebon lainnya masih terjaga hingga saat ini. Selain itu, Jamblang masih menjaga kerukunan umat beragama yakni Islam, Kristen dan Khong Hu Chu sebagai bagian yang tidak terlepas dalam sejarah kehidupan masyarakat Jamblang.

Literatur penelitian yang berkaitan dengan wisata adalah pengembangan infrastruktur desa wisata di Bali berpengaruh besar sebesar 72% sebagai prioritas utama pembangunan sarana dan prasarana pendukung pariwisata. Sebagai salah satu sektor andalan Indonesia dalam penerimaan devisa negara, kontribusi sektor pariwisata mencapai 43 miliar dollar AS selama Pandemi Covid-19 berlangsung. Berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2021 terdapat peningkatan mobilisasi wisatawan-wisatawan nusantara sebesar 12% dibandingkan tahun 2020. Sementara itu diperkirakan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dari sektor pariwisata akan meningkat sebesar 37,4% pada Tahun 2021 dengan total kontribusi mencapai angka 4,2%, sehingga produk-produk ekonomi kreatif diperkirakan akan mengalami peningkatan

hingga Rp. 1,273 triliun pada tahun 2021. Oleh karena itu, aset budaya sebagai modal dalam pengembangan pariwisata berbasis budaya perlu dipertahankan dan dilestarikan (Widyastity dan Dwiarta, 2021).

Budaya Indonesia menjadi aset pembangunan nasional dan harapan dari kementerian pariwisata guna mewujudkan ambisi Indonesia memiliki *homestay* tervariatif di dunia (Chamidah, 2021). Namun demikian arus globalisasi menjadi ancaman serius terhadap kelestarian budaya dan cagar budaya. Sebagai contoh Kota Semarang berupaya melestarikan kampung dengan nilai sejarah dan budaya sebagai identitas tempat (*place identity*) akibat dari masuknya investor dengan membangun pabrik dan *mall* berdampak pada hilangnya sebuah kampung yang memiliki sejarah dan budaya. (Febriyani dan Aliya, 2020). Generasi muda berperan penting di Purworejo dan Yogyakarta dalam pelestarian seni, budaya dan lingkungan guna memperkuat jati diri, identitas lokal dan bermanfaat secara ekonomi (Ardiyansari, Saryani dan Muhamad, 2019). Contoh lainnya ketahanan sosial pemuda dalam pengelolaan wisata budaya Lasem yang semakin lama semakin tergerus disebabkan rendahnya kesadaran masyarakat terhadap budaya lokal masyarakat Rembang (Wulandari, Saraswati dan Damayanti, 2020).

Dalam perspektif studi komunikasi pembangunan, perubahan dapat diwujudkan melalui program pendampingan. Perubahan sosial masyarakat yang bertujuan merubah masyarakat untuk lebih peduli pada lingkungan dan kondisi sosial budaya memerlukan pendampingan dari semua *stakeholder*. Sebagaimana merubah mindset masyarakat untuk menjadi masyarakat pariwisata memerlukan tahapan pendampingan. Tujuan

pendampingan bertujuan untuk menyampaikan informasi yang diperlukan masyarakat, upaya pendidikan bagi masyarakat, peningkatan pengetahuan dan peningkatan keterampilan untuk dapat melaksanakan program (Surahmat dan Rismayanti, 2022).

Pengembangan pariwisata tidak bisa terlepas dari semua dukungan dari semua stakeholder. Terlebih pariwisata merupakan pembangunan yang paling banyak melibatkan *stakeholder* ((Byrd, 2011). Indonesia memiliki konsep keterlibatan *pentahelix stakeholder* dalam pengembangan pariwisata yang terdiri atas akademisi, bisnis, masyarakat, pemerintah dan media (Chamidah, dkk., 2021). Terkait sektor bisnis peran serta perusahaan bukan hanya sebagai mitra dalam industr pariwisata juga berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility/ CSR*) pada perkembangan pariwisata. Pelaksanaan CSR diatur dalam Undang-undang nomor 40 Tahun 2007 terkait Perseroan Terbatas memiliki kewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sejalan dengan hal tersebut pariwisata juga diatur dalam Undang-undang nomor 10 tahun 2009 bahwa kepariwisataan harus menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya dan kearifan lokal; memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas; memelihara lingkungan hidup; dan memberdayakan masyarakat setempat. Oleh karena itu, CSR perusahaan dapat masuk guna pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (Wicaksono, 2023; Juniari dan Mahyuni, 2020).

PT. Astra Internasional sebagai perusahaan swasta di Indonesia memiliki program CSR yang berkaitan dengan penampikan potensi lokal berupa suasana keaslian perkampungan, baik dari sisi sosial

ekonomi juga menampilkan kesenian, kerajinan, arsitektur dan tata ruang yang masih nyata ditampilkan dalam kehidupan sehari-hari dan masyarakat kampung program kampung budaya dan kampung wisata. Program tersebut masuk dalam Desa Sejahtera Astra (DSA). DSA merupakan salah satu *flagship* program yang dirintis Astra sejak 2018 dengan fokus meningkatkan ekonomi masyarakat melalui pengembangan produk unggulan desa. Catatan DSA per Oktober 2022 memiliki 1060 desa binaan yang meliputi empat klaster di antaranya klaster kopi 91 desa; klaster agrikultur, olahan, pertanian, peternakan 540 desa; klaster perikanan dan kelautan 201 desa; dan klaster wisata, kriya, budaya 228 desa. PT. Astra berupaya mengembangkan sumber daya manusia dan meningkatkan sarana dan prasarana pengunjung terkait kebutuhan desa wisata. Melalui program DSA dan KBA diberikan pendampingan, pelatihan, penguatan kelembagaan serta sarana dan prasana digital. Program ini bersinergi dengan dengan program pemerintah melalui beberapa kementerian salah satunya adalah kementerian pariwisata (2023a; 2023b; Media Indonesia, 2023).

Kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh PT. Astra Internasional melalui program *Corporate Social Responsibility* berupa membekali masyarakat guna siap menjadi masyarakat pariwisata yang mampu mengelola potensi lingkungan tinggal masyarakat yang memiliki peninggalan sejarah dan budaya sebagai modal pengembangan pariwisata. Upaya pendampingan ini bertujuan agar masyarakat mampu secara mandiri mengembangkan program pariwisata dan menemukan ide pengembangannya secara berkelanjutan tanpa meninggalkan jati diri yang dimiliki sehingga kelestarian budaya dapat terwujud (Saputra, 2023).

Pariwisata Cirebon diperlukan inovasi baru guna menciptakan destinasi guna penguatan pembangunan ekonomi masyarakat. Pengembangan pariwisata berdasarkan penguatan nilai budaya serta menampilkan konsep pariwisata yang berjati diri. Fokus pengembangan harus mampu memajukan sudut pandang mengenai jati diri masyarakat setempat khususnya dan masyarakat Jawa Barat secara umumnya yang berbudaya tinggi dan juga religius. Peran sektor swasta/bisnis melalui program CSR dapat menjadi akselerasi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

Tujuan penelitian ini adalah bagaimana peran CSR PT. Astra Internasional guna program pengembangan desa wisata yang berbasis pada penguatan nilai sosial, budaya dan agama. Bagaimana masyarakat melakukan proses ketahanan sosial masyarakat dalam melakukan upaya menyelesaikan permasalahan yang dialami dan mampu dapat keluar, serta mengetahui bagaimana pola yang dilakukan oleh PT. Astra Internasional dalam membangun desa wisata di Jamblang.

Penelitian kualitatif menjadi pilihan terbaik guna menggali obyek ilmiah sebagai sebuah fenomena yang unik dan khas dengan menggunakan peneliti sebagai instrumen kunci (Anggito dan Setiawan, 2018). Pendekatan ini menjawab bagaimana pengalaman sosial budaya manusia terbentuk kemudian diberi makna (Achjar, dkk., 2023). Pengumpulan data menggunakan observasi partisipan, dimana peneliti turut berperan serta dalam kegiatan yang dilakukan hingga pada tahapan pengambilan keputusan. Dengan observasi partisipan ini peneliti memahami konteks secara holistik, mampu mengungkap hal yang sensitif yang tidak terungkap dalam pengambilan data melalui teknik wawancara

dan mampu merasakan situasi sosial yang sesungguhnya (Rukajat, 2018). Pengumpulan data dilakukan dengan cara studi literatur yang utama adalah literatur tutur yang berasal dari masyarakat dan tokoh budaya. Hal ini disebabkan belum banyak naskah tertulis yang diperoleh dan tercatat dalam catatan naskah terkait sejarah masa lalu. Sejarah masa lalu ini diperlukan sebagai penguatan konsep pengembangan desa wisata Kota Tua Jamblang. Literatur lain diperoleh dari para masyarakat yang sebagian besar menyetujui dan kesamaan data. Literatur tertulis diperoleh dari keputusan pemerintah daerah, serta laporan kegiatan bersama dengan bidang *Environment Social Responsibility* (ESR) PT. Astra Internasional, Grow Up Institute dan kelompok sadar wisata. Pengumpulan data melalui wawancara Presiden Direktur Grow Up Institute, Manajer ESR PT. Astra Internasional, Tbk dan ketua RW 6 Desa Jamblang Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon. Penelitian ini menggunakan analisis data dari Miles dan Huberman yang mengaju pada pemilahan data, penarikan kesimpulan dan penyajian data (Thalib, 2022).

## **PEMBAHASAN**

### **Sejarah Dan Potensi Kawasan Wisata Jamblang**

Provinsi Jawa Barat adalah salah satu provinsi yang memiliki potensi kewilayahan yang sangat besar, termasuk dari sektor pariwisata. Wilayah Jawa Barat yang berbatasan langsung dengan ibukota negara merupakan faktor terpenting berkembangnya berbagai lini di Provinsi Jawa Barat. Para wisatawan yang memasuki Indonesia melalui Daerah Khusus Ibukota (DKI) Jakarta akan langsung disambut oleh berbagai pilihan pariwisata yang ada di wilayah Jawa Barat.

Kondisi ini tentu saja memberikan keuntungan terhadap pemasukan daerah (PDRB) dan pemasukan nasional (PDB). Secara khusus, pengembangan pariwisata di Provinsi Jawa Barat telah direncanakan dan diarahkan berbasiskan ekologis, pertumbuhan hijau, dan pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, pembangunan pariwisata di Jawa Barat memperhatikan dukungan lingkungan, kebutuhan ekonomis, etika, dan kebudayaan lokal. Agar selaras dengan kepentingan pembangunan berkelanjutan secara nasional, pariwisata di wilayah Jawa Barat juga disesuaikan dengan empat pilar Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TPB) atau *Sustainable Development Goal's (SGDs)* (Kristin dan Salam, 2016; Aribowo, Wirapraja dan Dian Putra, 2018).

Trauma masa lalu yakni kerusuhan reformasi tahun 1998 menjadikan etnis Thionghoa menarik diri dalam pergaulan sosial dan ekonomi di Cirebon. meski demikian tidak ada pengrusakan terhadap bangunan maupun jiwa di wilayah Jamblang. Dampaknya yang terlihat dan terasa adalah tutupnya pertokoan di wilayah Jamblang dan rumah-rumah ditinggalkan. Rumah-rumah tua dibiarkan terbengkalai dan ditinggalkan (Masyitoh, 2019). Selain itu, masyarakat agama minoritas lebih banyak berada dalam rumah tinggalnya serta membuat tembok tinggi mengelilingi rumah mereka.

Jamblang diresmikan sebagai desa wisata pada tahun 2018 oleh Sultan Sepuh XIV Keraton Kasepuhan Cirebon PRA Arif Natadiningrat dan Bupati Cirebon. Program desa wisata ini juga didukung oleh Forum Bisnis Cirebon yang merupakan perkumpulan para sosio-entrepreneur di Cirebon. Pengembangan Kota Tua Jamblang sebagai destinasi wisata yang berfokus

pada keragaman etnis dan agama. Guna mewujudkan tujuan di atas dilakukan beberapa program yang menitikberatkan pada sosial kemasyarakatan. Pelaksanaan pengembangan wisata Kota Tua Jamblang menekankan pada aspek penghormatan pemeluk agama untuk bebas menjalankan ibadah. Kerukunan umat beragama inilah yang menjadi kekuatan dan atraksi utama di Kota Tua Jamblang. Sebagai contoh pelaksanaan kegiatan seperti pasar rakyat, pekan seni dan budaya dilaksanakan pada hari Sabtu sore dan atau pada hari Minggu di atas pukul 10.00 WIB. Hal ini didasari untuk memberikan kesempatan bagi pemeluk agama Kristiani untuk beribadah pada hari minggu pagi hingga pukul 10.00. Bahkan jika memang ada kegiatan yang harus dilakukan pada hari Minggu pagi sekitar pukul 08.00 WIB maka petugas penjaga stand bazar makanan akan digantikan oleh ibu-ibu PKK muslim hingga pukul 10.00 WIB. Setelah itu barulah ibu-ibu anggota PKK Kristiani bisa ikut serta membantu.

Hidup berdampingan dari dahulu hingga saat ini antar pemeluk beda agama sudah menjadi hal biasa. Masyarakat mengenal aneka ritual keagamaan tiga agama tersebut seperti natal, sembayang rebutan, ulang tahun vihara dan *ngunjung buyut* Baba Cong An (peringatan kematian dengan mengadakan tahlilan kepada mendiang tokoh yang dihormati). Kasus program pembangunan dengan mengedepankan potensi multi etnis dengan berbagai perayaan ritual keagamaan ini menjadi modal dalam pengembangan pariwisata Malaysia yang mengusung tiga etnis utama Asia yaitu Melayu, Cina dan India yang hidup rukun berdampingan (Fatmawati, dkk., 2023). Oleh karena itu, konsep kerukunan umat beragama dengan perayaan keagamaan dan peninggalan bangunan cagar budaya

mampu menjadi atraksi utama pengembangan pariwisata di Kota Tua Jamblang.

### **Corporate Sosial Responsibility PT. Astra Internasional**

Pengembangan pariwisata menjadi salah satu program yang dipilih oleh PT. Astra Internasional, salah satunya adalah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Astra membuka kemitraan dengan *stakeholder* seperti Universitas, Komunitas, Lembaga Swadaya Masyarakat dan lainnya sebagai fasilitator dalam mendampingi Desa Binaan Astra yang tersebar di Indonesia. Fasilitator diberikan kebebasan untuk melakukan berbagai kegiatan sesuai dengan perjanjian tertulis dan penentuan capaian berdasarkan *Key Performa Indicator* (KPI) seperti pembukaan lapangan kerja baru, penambahan pendapatan dan jumlah masyarakat terpapar program.

Peran serta CSR Astra dalam pembangunan nasional tertuang dalam pernyataan Manajer ESR.

*“Astra menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu program CSR sebab pariwisata dan desa wisata memiliki kegiatan yang paling banyak melibatkan masyarakat dan masyarakat menjadi aktor utama yang pertama mendapatkan keuntungan. Kami di Astra juga mendukung program pemerintah Indonesia dengan bekerjasama dengan kementerian terkait seperti Kementerian Pertanian, Kementerian Perindustrian, Kementerian Desa Tertinggal dan Transmigrasi, Kementerian Pariwisata bahkan Kementerian Pertahanan. Artinya kami benar-benar menjadi bagian dari pemerintah dan ambil bagian dalam program pemerintah. Khusus untuk desa wisata sendiri, kami bekerja sama dan kordinasi aktif dengan Bapak Menteri (Sandiaga Uno) dalam Anugrah Desa Wisata Indonesia. Hasilnya binaan Astra cukup banyak menang dalam ADWI bahkan sebagaian besar binaan kami masuk dalam*

*nominasi 500-100 besar seleksi ADWI”*  
(Bima Krida Pamungkas, 2022)

Kawasan Jamblang sebagai salah satu binaan PT. Astra Internasional diajukan oleh Grow Up Institute sebuah Lembaga Swadaya Masyarakat yang bergerak pada bidang *human capital research and development center* dalam program sayembara Desa Sejahtera Astra dengan judul program Pariwisata Jamblang Terintegrasi pada tahun 2019. Program ini berfokus untuk penguatan produk unggulan desa (prukades) di Jamblang yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tersebar di lima desa di Kecamatan Jamblang yaitu Desa Jamblang, Desa Sitiwinangun, Desa Wangunharja, Desa Bakung Lor dan Desa Bakung Kidul. Desa Jamblang difokuskan sebagai pusat pengembangan program dengan atraksi berupa bangunan tua bergaya arsitektur Tionghoa, Kolonial dan Jawa serta cagar budaya berupa Vihara Dharma Rakhita.

Pendampingan dimulai dari Tahun 2019 hingga tahun 2022. Kelompok yang menjadi sasaran program adalah Pemerintah Desa Jamblang, Kelompok Sadar Wisata, Badan Usaha milik Desa Jamblang, Kelompok PKK dan masyarakat dusun tiga Jamblang sebagai lokasi vihara dan Pusat Kota Tua Jamblang. Program ini sempat terhenti selama Pandemi Covid-19 dengan kebijakan pemerintah berupa pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM). Kegiatan DSA pada masa Pandemi Covid-19 berfokus melalui kegiatan pendokumentasi secara virtual.

### **Modal Sosial Di Jamblang**

Hasil penelitian ditemukan modal sosial di Jamblang akan diuraikan pada empat aspek yaitu manusia, fisik, financial dan lingkungan.

*Pertama*, modal manusia (*human capital*). Berdasarkan observasi yang

dilakukan oleh peneliti, warga masyarakat Jamblang memiliki modal manusia yang cukup unik karena terdapat suatu kawasan yang ditinggali oleh etnis Tionghoa dan hidup berdampingan dengan penduduk pribumi. Ini merupakan modal sosial yang sangat baik bagi representasi wajah Cirebon dan Indonesia sebagai negara yang berpenduduk majemuk.

Bila merunut dari sejarah Jamblang merupakan wilayah pertama yang disinggahi oleh Laksamana Cheng Ho. Namun, akses menuju sungai yang digunakan Laksamana Cheng Ho melabuhkan sauhnya kini telah ditutup. Laksamana Cheng Ho membangun peradaban di wilayah tersebut sehingga Jamblang menjadi kota pertama di wilayah Cirebon dan hingga saat ini banyak ditinggali oleh etnis Tionghoa. Penggalan narasi Laksamana Cheng Ho sebagai salah satu tokoh penting dalam sejarah etnis Tionghoa Indonesia dan Cirebon merupakan sebuah potensi yang dapat digali dan menjadi daya tarik bagi wisatawan. Namun demikian, kisah sejarah Laksamana Cheng Ho di Jamblang tersebut belum digali secara maksimal dan belum terpublikasi kepada masyarakat luas.

*Kedua*, modal fisik (*physical capital*). Dari segi bangunan fisik, Kecamatan Jamblang memiliki sebuah Klenteng yang ikonik dan mengandung unsur budaya Tionghoa yang sangat kuat. Lokasinya pun cukup strategis sekitar 100 meter dari jalan raya Jamblang. Terdapat satu fasilitas gedung olahraga yang terletak di seberang Klenteng dan di depan Klenteng tersebut terdapat sebuah lahan kosong yang cukup luas namun kurang termanfaatkan.

Lingkungan perumahan etnis Tionghoa pun memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan perumahan lainnya. Rumah-rumah warga Tionghoa bercirikan memiliki satu pintu besar

yang diapit dua jendela besar dengan warna cat hijau *turquoise* pada kusen dan warna putih pada temboknya. Lalu di dinding ada simbol Yin dan Yang sebagai lambang keseimbangan. Bergeser ke blok lainnya di dekat Vihara, terdapat bangunan-bangunan tua peninggalan khas Belanda yang masih berdiri sejak era kolonial Belanda. Adapun yang menjadi kendala penggalan potensi pariwisata di Kecamatan Jamblang adalah setiap bangunan di Kawasan Klenteng Jamblang merupakan properti pribadi dari masyarakat sehingga dibutuhkan sebuah komitmen bersama jika Jamblang ingin dijadikan sebagai destinasi pariwisata berbasis kawasan.

*Ketiga*, modal finansial (*financial capital*). Perawatan dan pengembangan di lingkungan Klenteng Jamblang bersumber dari pendanaan pribadi karena aset di lingkungan Klenteng Jamblang merupakan aset pribadi. Selain itu pengelolaan desa wisata di bawah naungan dari Badan Usaha Milik Desa Jamblang. Program CSR juga memberikan bantuan alat untuk program kemasyarakatan yang mendukung pelestarian cagar budaya dan kawasan Kota Tua Jamblang.

*Keempat*, modal lingkungan (*environmental capital*). Lingkungan budaya Tionghoa di Kecamatan Jamblang dapat menjadi sebuah potensi wisata yang tampak lebih mencolok sekaligus lebih menarik perhatian dibandingkan elemen lain (*focal point*) di antara budaya Cirebon sekitarnya. Namun, pertunjukan seni dan budaya Tionghoa belum banyak ditampilkan di lingkungan masyarakat sekitar Kecamatan Jamblang. Lingkungan era kolonial Belanda pun merupakan sebuah potensi wisata edukasi atau sejarah yang kemudian dapat digunakan sebagai destinasi wisata yang akan menambah kekayaan Kawasan Wisata Jamblang.

## Strategi Fasilitator Dalam Pengembangan Kota Tua Jamblang

Grow Up Institute melakukan pendampingan terkait penekanan pada desa wisata mulai tahun 2022 berdasarkan hasil keputusan rapat Desa Sejahtera Astra Jamblang masuk dalam kluster wisata kriya dan budaya. Oleh karena itu, semua potensi yang dimiliki diarahkan dan difokuskan pada pengembangan wisata. Grow Up Institute membuat serangkaian strategi guna mencapai tujuan yang telah ditentukan langkah pembentukan konsep, inklusi, dan stimulus, sebagaimana terlihat pada Gambar 1.

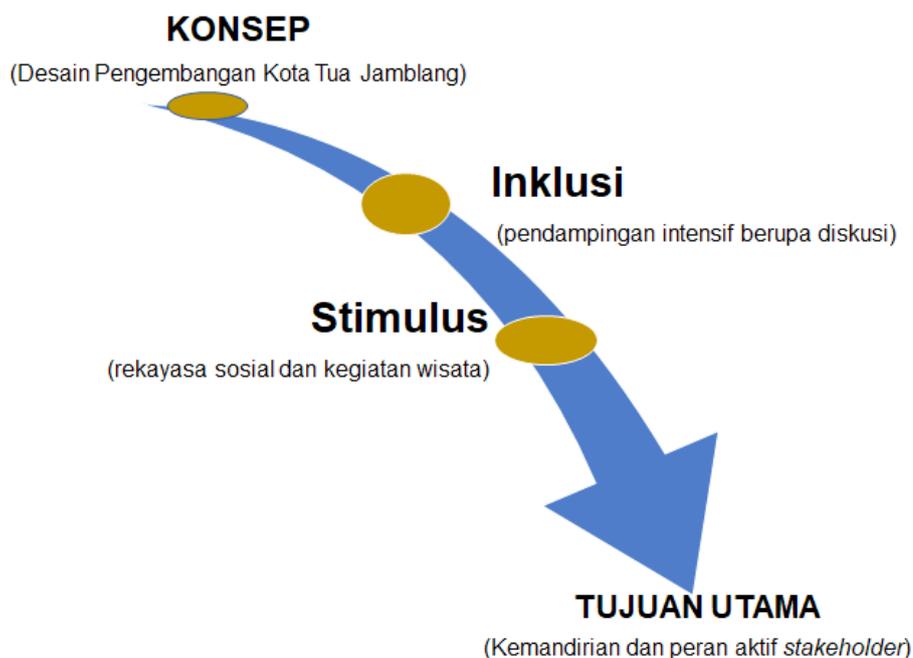
Berdasar Gambar 1 tersebut diuraikan langkah-langkah strategis sebagai berikut.

*Pertama*, pembentukan konsep wisata . PT. Astra Internasional melalui Grow Up Institute sebagai fasilitator di Jamblang berupaya untuk menemukan konsep dan menjadikan dasar pengembangan Jamblang.

Modal sejarah, peninggalan seni dan budaya di Jamblang sebagaimana dijelaskan pada Gambar 1, maka program Desa Sejahtera Astra mengkonsep Kota Tua Jamblang dengan wisata unggulan toleransi umat tiga agama di Jamblang. Konsep ini berupaya menjadikan Kota Tua Jamblang sebagai laboratorium sosial guna pembelajaran tentang kerukunan hidup beragama, tiga desain arsitektur budaya (Tionghoa, Kolonial dan Jawa) serta rumah ibadah tiga agama (Kong hu Chu, Kristen dan Islam). Selain itu, kesenian tradisional dan kuliner Cirebon seperti Nasi Jamblang menjadi modal besar untuk perkembangan Desa Wisata Jamblang.

Kerukunan umat beragama sudah menjadi hal biasa dalam kehidupan masyarakat Jamblang. Jamblang menjadi kawasan pecinan para keturunan etnis Tionghoa beragama Nasrani. Klenteng atau Vihara Dhrama Rakhita sendiri tidak memiliki jamaat yang

Gambar 1  
Metode Pengembangan Kota Tua Jamblang



Sumber: Olahan Peneliti, 2023

tinggal di daerah itu. Jamaat Vihara justru berasal dari Jakarta dan Bandung.

Kehidupan kerukunan umat beragama menjadi *taken for granted* sehingga lupa bahwa hal tersebut merupakan anugrah (Tsaniyah, 2018). Hasil observasi peneliti, masyarakat terbiasa berkumpul dan bergaul serta paham dengan ritual budayanya masing-masing. Sebagaimana masyarakat paham jadwal ibadah setiap pemeluk agama di daerah tersebut. Hal ini sebagaimana penuturan dari Arif Suryadi Japar Ketua RW 06 Desa Jamblang seorang keturunan Tionghoa beragama Nasrani sekaligus aktor penggerak masyarakat.

*“apa sih mbak, apa sih baguse Jamblang kuh. Kayang kenen bae jeh. Yambu ya, kawit bengen mengeneken iki, arep islam arep kresten, cina jawa ya mengeneken iki, wis kawit bengen biasa bae. Ora ana masalah. Dadi kadang kegugu dewek, ana apa ning Jamblang. Rukun kuh bagus men ta...(apa sih mbak, apa sih yang bagus di Jamblang. Dari dahulu sudah begini. Ya tidak tahu ya, dari dulu sudah begini, mau Islam, Kristen, Cina dan Jawa ya dari dulu sudah begini, biasa saja. Tidak ada masalah. Jadi saya kadang ketawa sendiri, ada apa di Jamblang, rukun itu bagus banget ya...?(sambil tertawa)”(Japar, 2022)*

Konsep yang ditawarkan oleh Grow Up Institute untuk Kota Tua Jamblang adalah nasionalisme dan kepedulian lingkungan. Isu kerukunan umat beragama bagai mata uang yang bersisian, sebagai anugrah juga sebagai kewaspadaan. Hal ini dipandang oleh Grow Up Institute sebagai peluang. Kerukunan umat beragama sendiri menjadi kekuatan nasionalisme yang sesuai dengan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Presiden Direktur Grow Up Institute.

“Saya kira konsep nasionalisme itu bagus untuk jadi konsep pengembangan Kota Tua Jamblang, selain kita punya banyak mitra dari Militer dan belum banyak destinasi wisata yang menampilkan kecintaan pada tanah air” (Daduk Merdika Mansur, 2022).

*Kedua*, inklusi. Inklusi sosial adalah upaya peningkatan peran, hak, dan kewajiban seseorang dalam masyarakat (Gutama dan Widiyahseno, 2020). Metode ini dilakukan guna mewujudkan kesadaran masyarakat. Inklusi berupa diskusi secara intens dengan para aktor masyarakat. Diskusi dilakukan berulang kali sampai terwujudnya aksi. Inklusi ini bertujuan agar kepedulian serta rasa memiliki pengembangan wisata ini dapat dilakukan oleh masyarakat. Dengan cara ini masyarakat menjadi aktor utama pengembangan Kota Tua Jamblang. Program kegiatan diserahkan masyarakat dan kelompok untuk diputuskan dan dijalankan. Fasilitator menjadi penunjang kegiatan serta katalisator dengan pihak *stakeholder* lainnya sehingga tujuan besar Kota Tua Jamblang dapat terwujud.

Beberapa langkah yang dilakukan dalam program inklusi adalah mengajak para aktor masyarakat seperti kepala desa, ketua RW, Ketua Yayasan Vihara, Ketua Kelompok Sadar Wisata dalam pertemuan rutin. Pertemuan rutin tidak terjadwal namun dilakukan secara intens. Setiap program dan evaluasi dilakukan bersama dalam pertemuan tim penggerak Kota Tua Jamblang. Pertemuan dilakukan berbagai lokasi yang dipilih sesuai keperluan dan tingkat kenyamanan seperti rumah makan, kafe, restoran atau hanya sekedar di halaman vihara. Pertemuan lebih banyak bersifat informal. Dalam pertemuan tersebut pihak fasilitator memberikan masukan atau arahan dalam pengembangan Kota Tua

Jamblang. Fasilitator hanya menjadi pemantik diskusi dan menawarkan berbagai program yang diusulkan. Adapun keputusan kegiatan dicetuskan sendiri oleh masyarakat. Sebagai contoh acara agustusan masyarakat menggelar lomba adu layangan (dalam Bahasa Cirebon adalah *serengan*) sebagai upaya menjadikan anak-anak bermain di luar ruang. Layangan sendiri dicat dengan motif bendera yakni Jepang, Belanda dan Indonesia sebagai bentuk pengingat sejarah perang kemerdekaan Republik Indonesia.

*Ketiga*, stimulus. Stimulus merupakan sebuah upaya untuk memberikan contoh dan uji coba pengembangan (Syaifudin, 2020). Stimulus diberikan sebagai upaya latihan kepada masyarakat Kota Tua Jamblang. Hal ini disebabkan masyarakat Jamblang bukan masyarakat pariwisata bahkan buta terkait *hospitality*. Oleh karena itu fasilitator melakukan rekayasa sosial berupa menghadirkan wisatawan dari unsur mahasiswa pada mata kuliah komunikasi lintas budaya dan studi kearifan lokal program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Cirebon. Cara ini dilakukan sebagai upaya memberikan gambaran nyata kepada kelompok dan masyarakat Jamblang konsep wisata Kota Tua Jamblang ke depannya serta peluang yang dapat dikembangkan. Stimuli dilakukan setiap akhir pekan selama tiga bulan. Fasilitator juga bekerjasama dengan mitra dari Forum Bisnis Cirebon dan Dinas Pariwisata Kabupaten Cirebon.

*Keempat*, pencapaian tujuan. Derajat capaian program Desa Sejahtera Astra Kota Tua Jamblang berupa kemandirian dan peran aktif *stakeholder*. Dua tujuan utama tersebut diuraikan sebagai berikut, yaitu (1). Kemandirian. Masyarakat Jamblang merupakan masyarakat minoritas etnis

Tionghoa beragama Nasrani. Mereka tidak memiliki rekam jejak sebagai masyarakat pariwisata. Bahkan konsep pariwisata menjadi hal baru bagi masyarakat. Upaya ini dibangun dengan cara edukasi dan inklusi belajar untuk mengenali apa dan bagaimana desa wisata itu. Selain itu, upaya kemandirian dilakukan agar masyarakat menjadi lebih percaya diri menemukan ide dan pengembangan wisata secara berkelanjutan. (2). Peran aktif *stakeholder*. Pariwisata merupakan program yang paling banyak melibatkan *stakeholder* (Byrd, 2011). Oleh karena itu, Program DSA Jamblang yang dilakukan adalah dengan menjalin kerja sama lintas *stakeholder* seperti pemerintah, akademisi, media, bisnis dan masyarakat. Bahkan secara khusus Tentara Nasional Indonesia Angkatan Darat (TNIAD) dari Koramil 0620-15 Klangeran menjadi mitra dalam dalam Program Kampung Pancasila. Dengan adanya *stakeholder* maka ikatan sinergi pengembangan wisata terus berjalan dengan modal pengaruh dan kepentingan atas setiap *stakeholder* yang terlibat sehingga wisata Kota Tua Jamblang dapat berkelanjutan.

### **Ketahanan Sosial Dan Penguatan Nasionalisme Di Kota Tua Jamblang**

Sebagai upaya menguatkan ketahanan sosial dalam mewujudkan destinasi wisata tiga agama maka yang dilakukan oleh PT. Astra Internasional bersama dengan Grow Up Institute adalah dengan melakukan beberapa strategi.

*Pertama*, penguatan sumber daya manusia. Ini dilakukan dengan memberikan penyadaran bahwa lingkungan di sekitar memiliki potensi destinasi wisata.

“Jika kita melihat bahwa desa wisata hanya berorientasi pada materi dengan pendapatan

rupiah, maka itu sangat pendek pandangan. Ada yang lebih mahal dari materi yakni nilai. Saat ini masyarakat mulai luntur dari nilai humanisme seperti saling menghormati, kecintaan pada tanah air. Kan kita di Grow Up Institute konsen pada human capital research and development center. Yang artinya manusianya yang jadi sasaran pendampingan kita. Jika manusianya sudah kuat, maka daya kreativitas akan melejit dengan sendirinya. Kemandirian akan terwujud” (Daduk Merdika Mansur, 2023).

Beberapa rumah tua dengan desain aritektur khas ini menjadi atraksi utama. Selain itu, rumah ibadah berupa Vihara Dharma Rakhita dan lima gereja juga menjadi sarana edukasi. Adapun masjid yang menjadi simbol rumah ibadah bagi umat muslim masuk dalam administrasi Desa Serang Kecamatan Klenganan dan Desa Sitiwinangun Kecamatan Jamblang. Perbedaan batas administrasi desa tidak menjadi hambatan bahkan menjadi modal pengembangan pariwisata berbasis kawasan dengan satu kesatuan tema.

Masyarakat etnis Tionghoa Nasrani sebagai minoritas di Desa Jamblang membuat pagar pembatas lahan rumah dan pekarangan mereka dengan tembok tinggi dan memanjang. Luasan lahan rumah dan halaman mencapai 3 hektar. Upaya ini dilakukan guna melindungi kepemilikan serta upaya berfokus pada etnis dan sesama pemeluk agama mereka. Kondisi bukan menjadi hambatan namun dapat dimanfaatkan dengan memberikan desain mural pada media tembok pembatas. Mural tersebut sebagai penarik wisatawan untuk datang berkunjung. Konten mural bertemakan seni dan budaya lokal, nasionalisme, kesadaran lingkungan. Tembok yang dihias mural adalah tembok baru bukan tembok lama yang berusia ratusan tahun. Tembok lama dipertahankan keasliannya dan cukup dibersihkan dari rumput atau pengecatan baru dari aksi vandalisme (Lihat Gambar 2).

Gambar 2  
Mural Lambang Negara Dan Simbol Tempat Ibadah Sebagai Bentuk Penguatan Nasionalisme Dan Kerukunan Umat Beragama



Sumber: Dokumen Peneliti

Salah satu desain mural adalah gambar Laksamana Cheng Ho. Budayawan dan masyarakat lokal meyakini bahwa pasukan Laksamana Cheng Ho pernah singgah di Jamblang guna mencari bahan baku kayu jati menjadi dasar pemilihan gambar ini. Pertimbangan lain adalah bahwa tokoh tersebut merupakan bahariawan muslim etnis Tionghoa yang menyebarkan agama Islam di nusantara ini (Rohman dan Mansyur, 2022; Sen, 2023). Hal ini menjadi narasi wisata edukasi tentang kerukunan umat beragama yang telah terjadi berabad-abad silam. Lukisan mural dilakukan oleh masyarakat sekitar yang memiliki seni lukis. Dengan demikian upaya untuk menumbuhkan perasaan memiliki serta mengoptimalkan potensi lokal menjadi tujuan dari pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh PT. Astra Internasional (Lihat Gambar 3 dan Gambar 4).

*Kedua*, program marketing digital. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan youtube dimaksimalkan untuk mensosialisasikan wisata Kota Tua Jamblang. Melalui akun @kotatua\_jamblang berupaya mengenalkan potensi wisata ini. Pengelola

Gambar 3  
Mural Laksamana Cheng Ho Sebagai Bentuk  
Penguatan Etnis Dan Agama



Sumber: Dokumen Peneliti.

Gambar 4  
Lukisan Mural Dilakukan Masyarakat Desa Jamblang



Sumber: Dokumen Peneliti

akun adalah Ketua Rukun Warga (RW) yang sekaligus aktor penggerak. Pelibatan pemuda sebagai generasi milenial dengan memberikan penyadaran sekaligus pelatihan terus dilakukan namun masih penuh dengan kendala disebabkan rasa apatis pemuda dalam berpartisipasi.

Sebagai bentuk keberlanjutan program pengembangan wisata, maka perlu dibentuk kalender wisata tahunan Kota Tua Jamblang. Ide konsep datang dari masyarakat dengan memberikan masukan berupa event tahunan

seperti perayaan Imlek, Jamblang Festival, Sembayang Rebutan, *nyunjung buyut* dan ulang tahun vihara. Jamblang Festival sudah diselenggarakan selama tiga tahun mulai dari tahun 2019 hingga tahun 2022. Proses keberlanjutan festival memerlukan keteguhan masyarakat untuk menyelenggarakan dengan modal dari desa atau bergantung dari *sponsorship*. Kondisi ini yang menjadi tantangan bagi masyarakat yang baru belajar tentang pengelolaan event wisata.

Kegiatan pengembangan pariwisata di Jamblang juga dilakukan dengan cara mengadakan festival tahunan dengan tema *lawasan* atau tempo dulu. Sebagaimana pasar kangen di Yogyakarta yang menampilkan nostalgia masa lalu dengan menampilkan kesenian, kuliner dan kerajinan tempo dulu (Widyawati, 2019; Sari, Santa Maria dan Hapsari, 2020). Sesuai dengan tema kota tua yang menampilkan peninggalan masa lalu maka Festival Kota Tua Jamblang bertemakan tentang nasionalisme era kemerdekaan untuk menumbuhkan kecintaan pada tanah air dan semangat Bhineka Tunggal Ika. Kegiatan festival ditujukan untuk menguatkan nasionalisme, kecintaan budaya lokal, kerukunan umat beragama dan nostalgia masa lalu (Lihat Gambar 5, Gambar 6, dan Gambar 7).

### Hambatan Dan Tantangan

Pengembangan wisata Kota Tua Jamblang memiliki hambatan dan tantangan yang bersumber dari faktor internal, faktor eksternal, perubahan iklim.

*Pertama*, faktor internal. Faktor internal berupa masih bergantung pada aktor masyarakat seperti Kepala Desa/Ketua Pokdarwis/Ketua RW. Politik desa yang program bergantung pada individu pejabat desa berimbas pada

Gambar 5  
Pembukaan Festival Diawali Dengan Doa Bergantian Oleh Para Pemuka Agama



Sumber: Dokumen Peneliti

Gambar 6  
Peserta *Cosplay* Soekarno-Hatta Festival Kota Tua Jamblang Tahun 2022



Sumber: Dokumen Peneliti

Gambar 7  
Penampilan Gamelan Cirebon Oleh Para Pemuda Dari Sanggar Seni Di Jamblang Pada Festival Kota Tua Jamblang 2022



Sumber: Dokumen Peneliti

keberlanjutan program desa wisata Kota Tua Jamblang. Selain itu, pada internal masyarakat juga memiliki perbedaan perspektif antar anggota masyarakat yaitu antara pengurus Yayasan Dhana Setia Bhakti dan Yayasan Vihara Dharma Rakhita yang berdampak pada program yang berjalan masing-masing.

*Kedua*, faktor eksternal. Faktor eksternal ini berupa minimnya kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Tua Jamblang. Minimnya pengetahuan dalam mengelola atraksi wisata serta pengelolaan *marketing digital* membuat wisatawan yang datang sangat minim. Selama ini wisatawan masih baru pada kerja sama *stakeholder* seperti tamu dari akademisi, Forum Bisnis Cirebon dan agen wisata.

*Ketiga*, faktor perubahan iklim. Faktor ini membuat siklus hujan tidak menentu

membuat masyarakat kebingungan untuk membuat kalender kegiatan/*event* secara pasti disebabkan kegiatan lebih banyak menggunakan media luar ruang. Selain itu, pemerintah daerah Kabupaten Cirebon belum menjadikan sektor pariwisata sebagai program unggulan pembangunan daerah. Hal menjadikan alokasi pendanaan dan kegiatan yang bertujuan pada pengembangan kepariwisataan menjadi terhambat salah satunya adalah perbaikan akses jalan aspal yang rusak di sekitar wilayah Jamblang.

### **Capaian Program**

Program pengembangan Kota Tua Jamblang yang dideklarasikan pada tahun 2019 memiliki banyak hambatan dan tantangan. Regulasi pemerintah daerah Kabupaten Cirebon belum memiliki payung hukum dan kebijakan terkait Peraturan Daerah (perda) atau Peraturan Bupati (perbup) terkait desa wisata. Pemerintah baru membuat aturan Desa Budaya Gegesik pada tahun 2013. Hal ini menjadi penghalang bagi dinas terkait untuk masuk memberikan program pendampingan wisata ke masyarakat Desa Jamblang. Berkat partisipasi aktif dari masyarakat dan *stakeholder* Forum Bisnis Cirebon serta pendampingan dari PT. Astra Internasional dari tahun 2019-2022 maka Kota Tua Jamblang masuk dalam nominasi 300 besar Anugrah Desa Wisata Indonesia tahun 2022. Selain itu, belajar dari pengembangan wisata di Kawasan Jamblang, Pemerintah Daerah Kabupaten Cirebon melalui Badan Perencanaan dan Penelitian Pembangunan Daerah (Bapelitbangda) melakukan penelitian dan Pengembangan Pariwisata berbasis kawasan guna menjadi konsep pengembangan pariwisata di Kabupaten Cirebon. Upaya pendampingan di Kota Tua

Jamblang berkontribusi bagi desa lain untuk menerapkan konsep desa wisata di Kabupaten Cirebon. Tahun 2023 Sebanyak 22 desa wisata mendapatkan SK Bupati nomor 57 tahun 2022 tentang Pembentukan dan Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Cirebon.

Capaian utama dari program desa wisata Kota Tua Jamblang adalah kebebasan masyarakat etnis minoritas untuk terlibat aktif mengembangkan lingkungan tinggal mereka, berbagi edukasi terkait kepercayaan dan kehidupan masyarakat etnis Tionghoa dan agama Kristen pada wisatawan yang datang. Hal sebagaimana yang diungkapkan oleh Ketua RW 06 Desa Jamblang.

“dulu...sekolah SDK Penabur semua kegiatan di dalam lingkungan sekolah saja. Ya meski ya mbak sekolah nya itu luas banget, di dalamnya ada lapangan bola khusus buat anak sekolah sendiri. Ya pokoknya dari TK sampai SMA di dalam sana (lingkungan sekolah dikelilingi tembok seluas 2 hektar). Tapi pas mulai kita bergerak menjadikan Jamblang jadi wisata, mereka akhirnya berani keluar. Anak TK keliling dan foto foto dengan mural mural, lalu acara acara juga didepan lapangan klenteng”(Arif Suryadi Japar, 2022).

Kebebasan masyarakat tampak juga pada partisipasi Masyarakat dalam merayakan hari kemerdekaan Indonesia (Lihat Gambar 8).

### **Program Berkelanjutan**

Kawasan Kota Tua Jamblang mampu menjadi destinasi wisata baru di Kabupaten Cirebon. Destinasi ini menjadi alternatif wisata yang berfokus pada penampilan seni khas Cirebon, ritual budaya, edukasi kerukunan umat beragama serta menjadi etalase produk UMKM wilayah sekitar. Kawasan ini berpeluang untuk menjadi *rest area* bagi penumpang perjalanan tol lintas

Gambar 8  
Masyarakat Jamblang Merayakan HUT RI Dengan Bersepeda Santai Bersama



Sumber: Dokumen Peneliti.

trans Jawa untuk menikmati sajian kuliner Cirebon dan mendapatkan oleh-oleh khas Cirebon. Lokasi strategis yang berjarak kurang lebih 5 menit dari pintu tol Plumbon atau 15 menit dari pintu tol Palimanan. Pengelolaan Kota Tua Jamblang juga dapat dikembangkan melalui kelembagaan Badan Usaha Milik Desa Bersama (Bumdesma) yang terdiri atas desa-desa di Kecamatan Jamblang.

Kota Tua Jamblang menjadi *pilot project* dalam pengembangan sumber daya manusia bidang pariwisata yang mampu mengoptimalkan lingkungan tempat tinggal menjadi peluang untuk perbaikan ekonomi masyarakat. Kota Tua Jamblang juga dapat dikembangkan sebagai lokasi pemajuan kebudayaan dengan berpusat pada pelibatan perempuan yang bergerak aktif dalam upaya pengembangan seni, budaya dan kriya di Jamblang. Mengingat bahwa ritual agama dan budaya masih dilakukan di Jamblang dan perlu adanya pengemasan serta pengelolaan juga kalender wisata yang jelas. Hal ini dapat menjadi peluang kerja sama dengan agen

travel untuk menghadirkan wisatawan untuk hadir.

## SIMPULAN

Berdasar uraian tersebut di atas dapat ditarik simpulan sebagai berikut.

*Pertama, Corporate Social Responsibility (CSR) PT. Astra Internasional dalam program Desa Sejahtera Astra (DSA) di Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon semenjak tahun 2019 hingga tahun 2022 dengan nama kegiatan Pariwisata Jamblang Terpadu yang meliputi lima desa di Kecamatan Jamblang. Program pengembangan Kota Tua Jamblang didasarkan pada sejarah dan peninggalan seni dan budaya yang masih berkembang hingga saat ini, juga potensi warisan leluhur berupa kerukunan umat tiga agama dalam satu kawasan menjadi daya tarik wisata. Nama Kota Tua Jamblang dengan tujuan mengangkat jati diri dan memiliki daya saing dalam pembangunan pariwisata. Konsep Kota Tua Jamblang memiliki destinasi khas berupa laboratorium sosial budaya dan pendidikan*

hidup rukun dan peninggalan rumah ibadah dan kehidupan masyarakat di tiga agama. Etnis Tionghoa Nasrani yang awalnya sebagai bentuk permasalahan akibat trauma masa lalu diubah menjadi sebuah modal pengembangan pariwisata. Potensi tersebut dikembangkan dalam program *community based tourism* yang menjadikan masyarakat Jamblang sebagai aktor penggerak dan penerima manfaat adalah masyarakat itu sendiri. Manfaat berupa rasa kepercayaan diri, peningkatan ekonomi dan kepedulian lingkungan. Kegiatan pendampingan difokuskan kepada aktor penggerak desa seperti Kepala Desa, Ketua Rukun Warga, Kepala Dusun (kadus), ketua kelompok sadar wisata dan kelompok PKK serta masyarakat di sekitar destinasi Kota Tua Jamblang. Atraksi yang disuguhkan berupa bangunan tua gaya kolonial, pecinan dan Jawa serta aneka sajian kuliner dan kesenian khas Cirebon. Dinding pembatas antar rumah menjadi atraksi wisata dihiasi dengan mural bertema sejarah, edukasi nasionalisme dan kepedulian lingkungan.

*Kedua*, tujuan utama program pengembangan Kota Tua Jamblang menjadi destinasi baru di Kabupaten Cirebon di luar destinasi *mainstream* seperti keraton dan kawasan belanja Trusmi. Destinasi ini digagas dengan menampilkan kekhasan sosial budaya masyarakat Jamblang yang dengan program wisata ini mampu membangkitkan nilai ekonomi masyarakat. Kendala masih berkuat dengan kendala humanis seperti konflik internal para aktor penggerak desa disebabkan perbedaan kepentingan dan konsep gagasan pengembangan Kota Tua Jamblang. Selain itu, belum maksimalnya marketing terpadu yang berfokus menghadirkan wisatawan untuk datang ke Kota Tua Jamblang. Tindak lanjut program Kota Tua Jamblang dapat

menjadi sebuah kawasan wisata yang meliputi tiga kecamatan yaitu Depok, Jamblang dan Klenganan dengan tema kawasan pemajuan kebudayaan dengan masyarakat sebagai aktor utama pembangunan dan penerima manfaat secara langsung.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Achjar, K.A.H., dkk., 2023, *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis untuk Analisis Data Kualitatif dan Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Anggito, A., dan J. Setiawan, 2018, *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Ardiyansari, N., Saryani, dan Muhamad, 2019, 'Peran organisasi pemuda dalam pengembangan ekowisata kawasan mangrove guna mewujudkan ketahanan lingkungan (Studi pada keluarga pemuda pemudi Baros (KP2B) di dusun Baros, desa tirtohargo, kecamatan Kretek, kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta)', *Jurnal Ketahanan Nasional*, Vol. 25, No. 2, hh. 226–252. Available at: <http://jurnal.ugm.ac.id/JKN>.
- Ariboowo, H., A. Wirapraja, dan Y., Dian Putra, 2018, 'Implementasi Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Rangka Mengembangkan Potensi Pariwisata Di Jawa Timur Serta Meningkatkan Perekonomian Domestik', *Jurnal Mebis (Manajemen dan Bisnis)*, Vol. 3. Available at: <https://doi.org/10.33005/mebis.v3i1.21>.
- Byrd, E.T., 2011, '*Stakeholders in Sustainable Tourism Development and their Roles : Applying Stakeholder Theory to Sustainable Tourism Development*'.
- Chamidah, N., 2021, '*Komunikasi Aktor Pembangunan Dalam Pengembangan*

- Desa Wisata Sitiwinangun Kecamatan Jamblang Kabupaten Cirebon*. Universitas Gadjah Mada.
- Chamidah, N., dkk., 2021, 'Penta helix element synergy as an effort to develop villages tourism in Indonesia', *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 8, No. 1, hh. 1–22.
- Fatmawati, F., dkk., 2023, 'Pengembangan Destinasi Halal Tourism Di Wilayah Multietnis Dan Multiagama: Studi Kasus Di Objek Wisata Asia Heritage', *Jurnal Industri Pariwisata*, Vol. 6, No. 1, hh. 41–49.
- Febriyani, R.A. dan F.N. Aliya, 2020, 'Komunikasi Pembangunan untuk Identitas tempat: budaya kampung di Kota Semarang', *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol. 18, No. 01, hh. 11–29.
- Gutama, P.P.B. dan B. Widiyahseno, 2020, 'Inklusi sosial dalam pembangunan desa', *Reformasi*, Vol. 10, No. 1, hh. 70–80.
- Juniari, N.W. dan L.P. Mahyuni, 2020, 'Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam mewujudkan Pariwisata berbasis masyarakat berkelanjutan', *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 4, No.1, hh. 21–28.
- Kristin, R. dan R. Salam, 2016, 'Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Pariwisata Alam dan Budaya di Kabupaten Tapanuli Utara', Vol. 4, No. 1, hh. 79–96.
- Mahfudzoh, A., 2018, '*Hubungan perdagangan Cirebon dan Sunda Kalapa Abad XVI: suatu studi sejarah ekonomi*'. Fakultas Adab & Humaniora.
- Masyitoh, S., 2019, *Pecinan Jamblang di Cirebon Sudah Sepi Sejak Era Reformasi, Kini Banyak Bangunan yang Ditinggalkan*, *Tribun Jabar*. Available at: <<https://jabar.tribunnews.com/2019/01/11/pecinan-jamblang-di-cirebon-sudah-sepi-sejak-era-reformasi-kini-banyak-bangunan-yang-ditinggalkan>>.
- Media Indonesia, 2023, '*Astra dukung Kememparekraf Kembangkan Desa Wisata*'.
- Murray, K. dan A. Zautra, 2011, 'Community resilience: Fostering recovery, sustainability, and growth', in *The social ecology of resilience: A handbook of theory and practice*. Springer, hh. 337–345.
- Prawitasari, Fitri, 2013, *Pengembangan Pariwisata Perlu Peran Warga Sekitar*, *onlinewebpage*. Available at: <<https://travel.kompas.com/read/2013/04/10/11505024/Pengembangan.Pariwisata.Perlu.Peran.Warga.Sekitar> (Accessed: 15 June 2019)>.
- Rohman, A. dan H.M.M. Mansyur, 2022, 'Diplomasi Profetik (Studi Analisis pada Lawatan Cheng Ho di Nusantara)', *Dauliyah: Journal of Islam and International Affairs*, Vol. 7, No. 2, hh. 1–31.
- Rosary, E. De, 2016, *Partisipasi Masyarakat Penting Dalam Pengembangan Pariwisata – Cendana News*, *onlinewebpage*. Available at: <<https://www.cendananews.com/2016/07/partisipasi-masyarakat-penting-dalam-pengembangan-pariwisata.html> (Accessed: 15 June 2019)>.
- Rukajat, A. (2018) *Pendekatan penelitian kualitatif (Qualitative research approach)*. Deepublish.
- Saputra, B., 2023, *Desa Sejahtera Astra majukan ekonomi 1.060 desa*, *Antara*.

- Available at: <<https://www.antaranews.com/berita/3529185/desa-sejahtera-astro-majukan-ekonomi-1060-desa>>.
- Sari, Y.K., A.Santa Maria, dan R.R. Hapsari, 2020, 'Kolaborasi Kreatif Kegiatan Pariwisata Dan Pelestarian Budaya Di Taman Budaya Yogyakarta (Tby)', *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, Vol. 3, No. 1, hh. 85–101.
- Sen, T., 2023, 'Inventing the "Maritime Silk Road"', *Modern Asian Studies*. 2023/03/22, 57(4), pp. 1059–1104. Available at: <<https://doi.org/DOI:10.1017/S0026749X22000348>>.
- Suansri, P., 2003, *Community based tourism handbook*. Responsible Ecological Social Tour-REST Bangkok.
- Subejo, S., dkk., 2021, 'Strategi Komunikasi Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Pengembangan Ketahanan Desa Wisata Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cirebon', *Jurnal Ketahanan Nasional*, Vol. 27, No. 1, hh. 90–111.
- Sulistyanto, A., S.Mujab, dan H.Harahap, 2022, 'Narasi blogger Indonesia berbagi pengalaman yang mengesankan dalam wisata budaya', *Jurnal Pariwisata Pesona*, Vol.7, h. 1.
- Suradiva, A.O. dan S. Saryani, 2018, 'Partisipasi Pemuda Dalam Berkembangnya Desa Wisata Guna Meningkatkan Ketahanan Sosial Budaya Masyarakat Desa (Studi di Desa Wisata Batubulan, Sukawati, Gianyar, Bali)', *Jurnal Ketahanan Nasional*, Vol. 24, No. 3, hh. 389–402.
- Surahmat, A. R. Rismayanti, 2022, 'Strategi Komunikasi Pembangunan dalam difusi inovasi Teknologi pengelolaan limbah air (studi kasus IPAL Dusun Giriharja dan Biotoilet SDN babakan Sinyar)', *Jurnal Komuniaksi Pembangunan*, Vol. 20, No. 2, hh. 155–168.
- Syaifudin, S.M., 2020, 'Budidaya pakan lebah trigona sp. dengan apiculture agroforestry system di kelurahan Anjungan Melancar, Kecamatan Anjungan Kabupaten Mempawah', *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, Vol. 6, No. 1, hh. 17–24.
- Syam, N.W., 2010, *Komunikasi pariwisata di Indonesia: studi eksperimen di Taman Hutan Raya Djuanda Bandung dan Pantai Carita Banten*. News Pub. Available at: <<https://books.google.co.id/books?id=NIU7twAACAAJ>>.
- Thalib, M.A., 2022, 'Pelatihan Analisis Data Model Miles Dan Huberman Untuk Riset Akuntansi Budaya', *Madani: Jurnal Pengabdian Ilmiah*, Vol. 5, No. 1, hh. 23–33.
- Tsaniyah, N., 2018, 'Kerukunan Umat Beragama Dari Segi Hadits (Problematika Epistemologis)', *Journal of Islamic World and Politics*, Vol. 2, No. 2, hh. 420–433.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Pariwisata
- Wicaksono, A., 2023, 'Analisis Bibliometrik Corporate Social Responsibility Dalam Sektor Pariwisata', *Tourism: Jurnal Travel, Hospitality, Culture, Destination, and MICE*, Vol. 6, No. 1, hh. 1–11.
- Widyastity, A.A.S.A. dan I.M.B. Dwiarta, 2021, 'Perencanaan dan Pengembangan Desa Wisata kaba-Kaba berbasis Kearifan Lokal', *Jurnal Kawistara*, Vol.11, No. 1, hh. 87–101.
- Widyawati, L., 2019, 'Fenomena Budaya Pop Dalam Ruang Publik Kota Yogyakarta',

*Nurul Chamidah -- Corporate Social Responcibility PT. Astra Internasional Mewujudkan Ketahanan Sosial Melalui Program Wisata Tiga Agama Kota Tua Jamblang Kabupaten Cirebon Provinsi Jawa Barat*

*Jurnal KaLIBRASI-Karya Lintas Ilmu Bidang Rekayasa Arsitektur, Sipil, Industri*, Vol. 2, No. 2, hh. 72–86.

Wulandari, P.K., D.Saraswati, dan G. Damayanti, 2020, ‘Ketahanan sosial pemuda dalam pengelolaan wisata budaya (Studi pada Yayasan Lasem Heritage, Rembang, Jawa Tengah)’, *Jurnal Ketahanan Nasional*, Vol. 26,

No. 2, hh. 249–272. Available at: <<http://jurnal.ugm.ac.id/JKN>>.

**Wawancara:**

1. Bima Krida Pamungkas, Manajer ESR.
2. Arif Suryadi Japar, Ketua RW 06 Desa Jamblang
3. Daduk Merdika Mansur, Presiden Direktur Grow Up Institute.