

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pariwisata kreatif merupakan salah satu bentuk alternatif wisata yang memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk mengembangkan bakat dan potensinya melalui partisipasi aktif dalam menimba pengalaman sesuai dengan karakteristik destinasi yang ditempatinya dan menjadikan wisata budaya lebih interaktif dan meningkatkan kualitas kontak antara wisatawan dengan komunitas lokal (Richards et al, 2018). Hal ini sejalan dengan Smith (2009) dalam Richards et al (2018) yang mengatakan bahwa pariwisata kreatif sudah didefinisikan sebagai sub-segmen pariwisata budaya yang memfokuskan pada partisipasi interaktif. Pariwisata kreatif adalah bentuk baru pariwisata yang memiliki potensi mengubah model pengembangan pariwisata yang selama ini ada dan memberikan kontribusi baru dalam menciptakan pengalaman bagi wisatawan. Pariwisata kreatif memiliki potensi besar dalam membantu mempercepat pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, sosial dan budaya masyarakat lokal (Musthofa,2018).

Pengembangan wisata kreatif tidak lepas dari industri kreatif dengan proses kreatifnya dalam mengembangkan potensi yang ada. Keterlibatan komunitas maupun industri kreatif ini diharapkan mampu memberikan manfaat terhadap pendapatan dan mampu melestarikan budaya sekaligus. Hal ini sejalan dengan Richards at al (2018) yang memaparkan bahwa kreativitas yang tertanam dalam pengembangan pariwisata

dapat mengarah ke pertumbuhan yang lebih berkelanjutan, peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal dan perlindungan warisan lokal. Industri kreatif mendapatkan keuntungan melalui “*creative product*” yang dapat menyampaikan “*sense of place*” kepada wisatawan serta tetap melestarikan tradisi lokal (Santiago,2017).

Di Indonesia, istilah kreatif menjadi semakin populer dan memperoleh perhatian khusus dari pemerintah dengan adanya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2011 dan kemudian pada tahun 2015 secara resmi dibentuk Badan Ekonomi Kreatif (Musthofa,2018). Pada tahun 2019, Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia telah menentukan 10 Kota/Kabupaten Kreatif Indonesia yang bertujuan untuk menjadi *role model* bagi kabupaten/kota diseluruh Indonesia untuk menjadi sebuah kabupaten/kota kreatif yang ideal melalui pendampingan yang terangkum dalam kegiatan Kabupaten/Kota Kreatif (KaTa Kreatif). Berdasarkan Keputusan Kepala Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 83 tahun 2019 Tentang Kabupaten/kota kreatif indonesia tahun 2019, Kota Surakarta ditetapkan sebagai Kota Kreatif dengan sub sektor seni pertunjukan (Kemenparekraf,2020).

Ditetapkannya Surakarta sebagai kota kreatif hal ini membuktikan bahwa tidak hanya mengembangkan budaya tetapi juga meningkatkan harga jual ekonomi kreatif yang diharapkan dapat meningkatkan dampak positif bagi masyarakat terutama kegiatan ekonomi (Aosgi, 2019). Budaya Kota Surakarta berpotensi untuk dikembangkan dalam kerangka pengembangan kawasan berbasis wisata kreatif dengan memberdayakan potensi kekayaan lokal berupa bangunan, lingkungan, sejarah serta

tradisi sosial budaya yang bertumpu pada industri kreatif dapat menjadikan suatu tempat menjadi kawasan kreatif (Priyatmo, 2013 dalam Ningsih, 2020)

Pengembangan pariwisata kreatif dan industri kreatif ditegaskan Pemerintah Kota Surakarta dalam Peraturan Daerah Kota Surakarta No. 13 Tahun 2016 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2016 -2026 disebutkan bahwa pembangunan kepariwisataan diarahkan untuk meningkatkan kualitas dan keragaman produk pariwisata kreatif dan berwawasan lingkungan. pengembangan daya tarik wisata alam perkotaan yang edukatif, seni dan budaya tradisional yang kreatif, industri kreatif yang berwawasan lingkungan, serta ilmu pengetahuan dan teknologi yang kreatif, baik bagi wisatawan maupun masyarakat.

Kota Surakarta merupakan daerah yang bertumpu pada industri kreatif dengan basis budaya, dengan ini Kota Surakarta memiliki potensi yang baik dalam mengembangkan industri kreatif, saat ini Kota Surakarta memiliki 15 subsektor industri kreatif dan menetapkan 5 sektor unggulan yaitu seni pertunjukkan, seni kriya, kuliner, fashion, dan desain (Isa, 2016). Salah satu ikon fashion batik dan wisata di Kota Surakarta adalah Kampung Batik Kauman yang merupakan kampung batik tertua di kota Surakarta. Berdasarkan RIPPARDA Kota Surakarta (2016) Kampung Batik Kauman menjadi salah satu dari empat belas Destinasi Pariwisata Daerah. Kampung Batik Kauman dulunya adalah pemukiman kaum abdi dalem Keraton Kasunanan dengan mempertahankan tradisi dengan cara membatik dan corak batik dari Kauman merepresentasikan batik yang digunakan keraton. Di Kampung Batik Kauman sendiri terdapat industri kreatif yang bergerak di bidang fashion yang menawarkan berbagai

jenis batik dan kegiatan belajar membatik dan melihat kegiatan pengolahan batik secara langsung (Dinas Pariwisata Kota Surakarta, 2019). Berdasarkan pada BPS (2018) perusahaan industri pengolahan dibagi menjadi empat kategori berdasarkan jumlah tenaga kerja yaitu, Industri Besar (>100 orang), Industri Sedang (20-99 orang), Industri Kecil (15-19 orang) dan Industri Rumah Tangga (1-4 orang), sedangkan pada Kampung Batik Kauman keberadaan industri sedang dan industri kecil lebih banyak dibanding industri besar dan rumahtangga (Ningsih,2020).

Berdasarkan UN-HABITAT (2011) diketahui bahwa permasalahan yang dihadapi oleh industri kreatif di Kota Surakarta khususnya di Kampung Batik Kauman adalah pemanfaatan industri kreatif belum optimal, maka dari itu untuk meningkatkan peran dan manfaat industri kreatif dalam perekonomian, Pemerintah Kota Surakarta mencanangkan program “*One Village, One Product*” agar industri kreatif lebih produktif dan juga menjadi destinasi wisata.

Mengembangkan pariwisata membutuhkan kerjasama berbagai pihak, tidak semata-mata menjadi tugas pemerintah atau industri pariwisata. Kemitraan menjadi suatu strategi dalam mempertemukan dan melibatkan para stakeholder pariwisata agar perencanaan dan implementasi kegiatan dapat berjalan sesuai dengan tujuan pariwisata yang berkelanjutan (Darwis & Junaid, 2016). Gunawan (2000) dalam Priyatmono (2012) menyatakan bahwa pengembangan wisata kreatif dapat berkembang dengan adanya kemitraan dan partisipasi masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat dan pengembangan industri berskala kecil dan menengah milik masyarakat lokal.

Dalam membangun kepariwisataan daerah, salah satu misi Kota Surakarta adalah mengembangkan industri pariwisata yang berdaya saing, menggerakkan kemitraan usaha termasuk usaha mikro, kecil dan menengah yang bertanggungjawab terhadap pelestarian lingkungan dan sosial budaya sebagai perwujudan Kota Budaya menuju masyarakat mandiri, maju dan sejahtera yang tertera pada Peraturan Daerah Kota Surakarta No. 13 Tahun 2016.

Pemerintah Kota Surakarta dalam hal ini Dinas Perdagangan, Dinas Pariwisata, Dinas Koperasi, bekerjasama dengan Universitas Sebelas Maret, Bank-Bank Pemerintah telah melakukan kemitraan bersama Paguyuban Kampung Batik Kauman dan telah melakukan beberapa program untuk mengembangkan industri batik yaitu pengembangan untuk memperluas jaringan usaha, meningkatkan mutu produksi dan pemasaran; pendampingan berupa bantuan modal, pendampingan tenaga terampil dan pemasaran; fasilitasi kemudahan-kemudahan antar mitra kerja; koordinator atau penghubung antar mitra yang memberikan arahan; supervisi dan *monitoring* dalam pengembangan usaha. Namun kemitraan belum berjalan optimal dikarenakan dampak yang dihasilkan untuk pengembangan industri belum bisa dirasakan secara pasti dan masih memerlukan penguatan kemitraan agar manfaat bisa dirasakan secara signifikan (Hartanti, 2018).

Melalui kemitraan pemerintah, organisasi dan komunitas dapat menentukan tujuan bersama dan bekerjasama dalam menangani tantangan dan masalah, kemitraan akan menguntungkan semua pihak yang terlibat dan tercapailah pengembangan wisata berkelanjutan (Graci, 2013). UNWTO (2016) mengatakan bahwa kerjasama dan

kemitraan antara pariwisata dan industri kreatif dapat memainkan peran penting dalam menjaga dan mempromosikan warisan berwujud dan tidak berwujud, serta dalam menghasilkan manfaat sosial ekonomi bagi semua pemangku kepentingan. Kesadaran dan kerjasama antar pemangku kepentingan secara komprehensif dalam proses kemitraan dapat meningkatkan efektivitas program kerja, efektivitas biaya, dan dapat meningkatkan manfaat sosial (Levinger & Mulroy, 2004). Levinger & Mulroy (2004) membedakan bentuk kemitraan menjadi empat bentuk yaitu *potential partnership*, *nascent partnership*, *complementary partnership*, dan *synergistic partnership*.

Berdasarkan paparan di atas dijelaskan bahwa pengembangan pariwisata yang baik membutuhkan kerjasama antar stakeholder agar saling memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat, maka dari itu penulis ingin mengkaji mengenai bagaimana kerjasama atau kemitraan antar stakeholder, dalam hal ini adalah pemerintah dan industri kreatif dalam mengembangkan pariwisata kreatif di Kampung Batik Kauman, Kota Surakarta, dengan judul “**Kemitraan Pemerintah Dan Industri Kreatif Dalam Mengembangkan Wisata Kreatif di Kampung Batik Kauman, Kota Surakarta**”.

## **B. Fokus Penelitian**

Penelitian ini ingin mengkaji bentuk kemitraan yang terjalin antara Pemerintah dan Industri Kreatif dalam mengembangkan wisata kreatif di Kota Surakarta berdasarkan empat bentuk kemitraan menurut Levinger & Mulroy (2004) yaitu *potential*

*partnership, nascent partnership, complementary partnership, dan synergistic partnership* dengan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi aktual wisata kreatif di Kampung Batik Kauman?
2. Bagaimana bentuk kemitraan yang terjalin antara pemerintah dan industri kreatif di Kampung Batik Kauman ?

### C. **Tujuan Penelitian**

#### 1. Tujuan Formal

Tujuan formal penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan dalam program sarjana di Program Studi Destinasi Pariwisata STP NHI Bandung.

#### 2. Tujuan Operasional

Penelitian ini bertujuan untuk menemukenali kondisi aktual wisata kreatif di Kampung Batik Kauman dan juga menemukenali bentuk kemitraan yang terjadi antara pemerintah dan industri kreatif dalam mengembangkan wisata kreatif di Kampung Batik Kauman.

### D. **Keterbatasan Penelitian**

Setiap penelitian memiliki keterbatasan tersendiri, dalam melakukan penelitian penulis mengalami keterbatasan yaitu keterbatasan mengenai data publikasi mengenai Kampung Batik Kauman dan penutupan beberapa industri kreatif yang menyediakan paket wisata kreatif dikarenakan adanya pandemi Covid-19.

### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian diharapkan dapat menjadi referensi dan masukan kepada *stakeholder* mengenai kemitraan pemerintah dan industri kreatif dalam mengembangkan wisata kreatif. Serta penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian untuk perkembangan ilmu dibidang pariwisata.