

Kesesuaian Penerapan Konsep Pariwisata Kreatif Di Desa Babagan, Kabupaten Rembang

Ronnan Arkan Sagily Nanda Kusmanto^{1*}, Murtanti Jani Rahayu^{1*}, dan Hakimatul Mukaromah^{1*}.

¹ Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

*E-mail: inironnan@student.uns.ac.id

Abstrak. Desa Babagan di Kabupaten Rembang dikembangkan sebagai destinasi wisata berbasis pariwisata kreatif untuk mendukung penguatan sektor ekonomi kreatif, khususnya melalui potensi Batik Tulis Lasem. Penelitian ini dilakukan untuk meninjau tingkat kesesuaian Desa Babagan terhadap konsep pariwisata kreatif melalui empat variabel utama, yaitu lingkungan kreatif, manusia kreatif, proses kreatif, dan produk kreatif. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan teknik skoring berbasis indikator teori, didukung data lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Babagan telah memenuhi sebagian besar unsur pariwisata kreatif dengan skor 3,68 yang ditunjukkan oleh keberadaan aktivitas kreatif seperti pelatihan membatik, showroom penjualan batik, dukungan infrastruktur, serta partisipasi aktif pengelola wisata dan masyarakat lokal. Meskipun demikian, penguatan kolaborasi antar pengusaha batik masih diperlukan guna mewujudkan pengelolaan wisata kreatif yang lebih terpadu dan berkelanjutan.

Keyword: pariwisata kreatif, kesesuaian, ekonomi kreatif.

1. Pendahuluan

Pada era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi, ekonomi kreatif muncul sebagai salah satu sektor paling inovatif dan dinamis di tingkat global. Florida (2003) menegaskan bahwa ekonomi kreatif merupakan penggerak utama inovasi serta pertumbuhan ekonomi kontemporer, yang turut memperkuat daya saing kota dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Indonesia, dengan kekayaan budaya dan kreativitas yang melimpah, memiliki potensi besar dalam mengembangkan sektor ini. Namun demikian, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal di berbagai wilayah. Sebagai respons terhadap kondisi tersebut, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menginisiasi program "KaTa Kreatif" sebagai langkah strategis untuk memperkuat peran ekonomi kreatif di daerah. Program ini berpijak pada pemahaman bahwa sektor kreatif mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, memperluas lapangan kerja, serta meningkatkan pendapatan masyarakat melalui pembangunan ekosistem yang mendukung sektor ini.

Salah satu wilayah yang telah ditetapkan sebagai kabupaten kreatif oleh Kemenparekraf adalah Kabupaten Rembang, yang difokuskan pada subsektor kriya. Penetapan ini didasarkan pada pengakuan terhadap industri Batik Tulis Lasem sebagai komoditas unggulan yang telah menembus pasar internasional. Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Rembang Nomor 2 Tahun 2021 mengenai Rencana Pembangunan Jangka Menengah 2021–2026, terdapat program yang bertujuan mengembangkan industri batik tersebut. Hal ini mencerminkan komitmen Pemerintah Daerah dalam menguatkan sektor ekonomi kreatif, khususnya di wilayah Lasem. Salah satu realisasi program Kota Kreatif tersebut ialah pengembangan Desa Babagan sebagai pusat industri dan wisata Batik Tulis Lasem. Penelitian Muarifuddin (2017) menunjukkan bahwa budaya membatik yang sempat mengalami penurunan mengalami revitalisasi seiring dengan pengembangan desa ini sebagai destinasi wisata batik. Desa Babagan kini merupakan desa dengan jumlah industri terbanyak di Kabupaten Rembang (Murtini et al., 2018). Desa Babagan kini tidak hanya berperan sebagai sentra produksi, tetapi juga sebagai kawasan wisata berbasis komunitas lokal, sejalan dengan arah pembangunan desa yang difokuskan untuk mendukung pengembangan wisata batik. Peran Desa Babagan berfungsi dalam mempromosikan Batik Tulis Lasem ke pasar domestik maupun global (Ristiyani & Haryati, 2016).

Atraksi budaya yang kini dikonsumsi luas oleh masyarakat global telah mengalami pergeseran menuju bentuk pariwisata kreatif, yang ditandai dengan integrasi unsur seni dan budaya lokal ke dalam perencanaan destinasi wisata (Remoaldo et al., 2019; Ross et al., 2017). Inisiasi masyarakat untuk menjadikan Desa Babagan sebagai destinasi wisata dimulai sejak tahun 2009, dan diperkuat oleh Peraturan Daerah Kabupaten Rembang No. 12 Tahun 2019 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata. Dalam kebijakan tersebut, Desa Babagan masuk dalam pengembangan subsektor pariwisata kreatif. Menurut Hermantoro (2011), pariwisata kreatif merupakan bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap keberadaan komunitas lokal. Richards dan Raymond (2000) menambahkan bahwa karakteristik utama dari pariwisata kreatif adalah memberikan ruang bagi wisatawan untuk mengembangkan kreativitas melalui keterlibatan langsung dalam aktivitas budaya, seperti kerajinan tangan dalam seni kriya. Walaupun telah ditetapkan, penilaian empiris tetap diperlukan untuk memastikan bahwa implementasi konsep ini di lapangan selaras dengan prinsip dan elemen pembentuknya. Dengan memperhatikan prinsip tersebut, pengembangan Desa Babagan perlu dianalisis untuk menilai sejauh mana kesesuaiannya dengan konsep pariwisata kreatif yang telah dirumuskan dalam RIPPDA Kabupaten Rembang sebagai bagian dari strategi menuju KaTa Kreatif, serta kontribusinya dalam penguatan sektor ekonomi kreatif lokal.

2. Metode

2.1 Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini bersifat deduktif. Sagala (2005) menjelaskan bahwa pendekatan deduktif merupakan metode penalaran yang bergerak dari hal-hal bersifat umum menuju kasus-kasus khusus, dengan menerapkan prinsip atau aturan umum pada situasi tertentu. Dalam konteks pengujian kesesuaian Desa Babagan terhadap konsep pariwisata kreatif, studi ini diawali dengan kajian terhadap teori-teori yang berkaitan, termasuk elemen-elemen utama dalam konsep tersebut. Variabel-variabel yang dianalisis merupakan hasil kajian teori yang telah dilakukan. Selanjutnya, variabel tersebut diuji melalui observasi lapangan untuk mengidentifikasi kesesuaian terhadap konsep wisata kreatif. Jenis penelitian yang dipilih adalah kuantitatif. Sugiyono (2007) mendefinisikan pendekatan kuantitatif sebagai metode ilmiah yang dapat diukur secara sistematis. Pendekatan ini dilakukan dengan meneliti populasi atau sampel tertentu, memakai instrumen pengumpulan data, serta menerapkan analisis numerik secara sistematis untuk menguji hipotesis. Margono (1997) dalam Darmawan, (2013) mengklasifikasikan pendekatan kuantitatif menjadi empat tipe, yakni deskriptif, korelasi, kuasi-eksperimen, dan eksperimen. Penelitian ini bermula dari pemilihan variabel berdasarkan teori komponen dalam konsep pariwisata kreatif, kemudian diuji dengan teknik analisis skoring. Alasan penggunaan pendekatan kuantitatif adalah karena komponen yang dimaksud dapat diterjemahkan dalam indikator yang terukur.

2.2 Data dan sumber data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori, yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sarwono (2006), data yang diperoleh secara langsung dari sumber utamanya, sedangkan data sekunder berasal dari sumber yang telah ada dan dapat diakses melalui organisasi, lembaga, maupun instansi terkait. Pengumpulan data primer dilakukan dengan tiga metode, yaitu observasi lapangan, wawancara, dan kuesioner. Wawancara dilakukan secara langsung dengan mengajukan pertanyaan kepada narasumber, yang meliputi pihak pemerintah desa, pengusaha batik, dan pengelola wisata di Desa Babagan. Observasi adalah teknik memperoleh data melalui pengamatan langsung dan pencatatan terhadap kondisi objek (Fathoni, 2006), yaitu mengenai kondisi aktual atraksi wisata yang tersedia. Fathoni (2006) menjelaskan instrumen kuesioner dilakukan dengan membagikan daftar pertanyaan atau isian yang akan diisi responden yang terdiri dari pengrajin batik.

Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan, di mana subjek yang ditemui dinilai layak dijadikan sumber data (Sugiyono, 2007). Sampel dalam metode ini adalah pengrajin batik yang aktif di industri kreatif Desa Babagan. Peneliti akan mendatangi setiap unit industri kreatif dan membagikan kuesioner kepada pengrajin yang bersedia menjadi responden. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan 10%, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Nx^2}$$

Perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dilakukan dengan menyesuaikan total populasi yang ada, yaitu sebanyak 86 pengrajin batik yang tersebar di beberapa unit industri batik, baik skala kecil maupun besar. Sehingga didapatkan 46 pengrajin sebagai *sample* penelitian ini.

2.3 Lokasi dan waktu penelitian

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan mulai tahun 2024 hingga 2025, dengan memanfaatkan data terbaru yang bisa didapatkan di lapangan. Lokasi penelitian berada di Desa Babagan, Kecamatan

Lasem, Kabupaten Rembang. Desa dengan luas wilayah 7,95 hektar yang mencakup 16 RT dan 5 RW. Desa Babagan ini berbatasan dengan:

- Desa Gedongmulyo di sebelah utara.
- Kecamatan Sluke dan Pancur di sebelah timur
- Desa Dorokandang di selatan
- Kecamatan Pancur di barat.



Gambar 1. Peta Desa Babagan.

^a Sumber: Peneliti, 2025.

2.4 Teknik analisis data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa metode skoring. Menurut Ariyora et al. (2015) dalam Jurnal Geoid Vol.10, metode skoring diartikan sebagai proses pemberian nilai terhadap setiap parameter dalam suatu penelitian. Dalam konteks penelitian ini, skoring dilakukan dengan memberikan nilai pada masing-masing indikator dari setiap variabel. Skema penilaian yang digunakan adalah nilai 1 (satu) untuk indikator yang dinilai sesuai dan 0 (nol) untuk indikator yang dianggap tidak sesuai. Variabel kesesuaian Desa Babagan terhadap konsep pariwisata kreatif akan menggunakan 4 komponen pariwisata kreatif yang terdiri dari lingkungan kreatif, manusia kreatif, proses kreatif, dan produk kreatif yang akan diperinci menjadi sub variabel dan indikator sebagai berikut. (Tabel 1)

Tabel 1. Variabel dan indikator skoring

Variabel	Sub variabel	Indikator	Bobot
Lingkungan kreatif	Atraksi wisata	Industri kreatif memungkinkan terjadinya proses kreatif pada <i>workshop</i> .	1/6
		Adanya atraksi pendukung yang menunjang daya tarik atraksi kreatif.	1/6
	Sarana pendukung	Terdapat penyediaan sarana pendukung wisata oleh masyarakat lokal.	1/6
		Aksesibilitas	Kondisi jaringan jalan baik (minim kerusakan) sehingga mendukung kegiatan pariwisata.
			Adanya moda transportasi lokal yang mempermudah pergerakan di kawasan pariwisata.
		Pengelola wisata	Adanya komunitas/lembaga pengelola wisata yang terlibat aktif dalam pengelolaan wisata.
Manusia kreatif	Partisipasi	Pengrajin pada kawasan pariwisata mampu menjadi fasilitator (membimbing) pengalaman kreatif wisatawan.	1/3
		Pengusaha kreatif mampu saling berkolaborasi antar pengusaha kreatif lain.	1/3
Proses kreatif	Lapangan pekerjaan	Peningkatan daya tarik lapangan pekerjaan di sektor kreatif.	1/3
	Pengalaman kreatif	Ruang kreatif yang ada telah memungkinkan wisatawan untuk merasakan 3 pengalaman wisata.	1/2
	Program interaktif	Kegiatan (kelas dan pelatihan) rutin khas lokal kawasan wisata.	1/2
Produk kreatif	Pameran	Adanya sarana yang memamerkan produk hasil industri kreatif.	1/2
	Jangkauan pemasaran	Produk hasil industri kreatif mampu dipasarkan hingga luar kawasan.	1/2

^aSumber: Florida, 2003; Landry, 2008; Yencken, 2013; Richards, 2011; Ardhala et al, 2016; Ohridska-Olson & Ivanov, 2010; Dias et al, 2021; Peraturan Bupati Kabupaten Rembang Nomor 40 Tahun 2022.

Skoring kesesuaian Desa Babagan dengan konsep pariwisata kreatif akan dilakukan melalui pengolahan data yang diperoleh dari hasil penilaian setiap komponen pariwisata kreatif. Adapun pembagian rentang skor kesesuaian terhadap konsep pariwisata kreatif di Desa Babagan mengacu pada ketentuan Sugiyono (2007) sebagai berikut:

- Rentang skor 0 hingga 1,33 dikategorikan sebagai "tidak sesuai".
- Rentang skor 1,34 hingga 2,67 dikategorikan sebagai "cukup sesuai".
- Rentang skor 2,68 hingga 4 dikategorikan sebagai "sesuai".

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Hasil

3.1.1 Atraksi wisata

Dalam pariwisata kreatif, atraksi tidak dipahami sekadar sebagai objek pasif, melainkan sebagai ruang aktif di mana proses kreatif berlangsung dan memungkinkan keterlibatan wisatawan secara langsung. Di Desa Babagan, industri Batik Tulis Lasem menjadi elemen sentral dalam pengembangan pariwisata berbasis kreativitas. Berdasarkan data yang dihimpun, terdapat sepuluh unit industri batik yang masih beroperasi secara aktif di wilayah ini. Meski demikian, beberapa pelaku usaha skala kecil atau UMKM perseorangan belum dapat berpartisipasi secara maksimal dalam aktivitas wisata karena keterbatasan ruang yang tidak memadai untuk pelaksanaan workshop. (lihat Tabel 2)

Tabel 2. Ketersediaan workshop

Industri kreatif	Workshop
Burung Seriti	Ada
Sekar Kencono	Ada
Katrin Bee	Ada
Sekar Mulyo	Ada
Sumber Rejeki	Ada
Iffar Batik	Ada
Dhong Asem	Tidak ada
Fatmalia Batik	Tidak ada
Kidang Mas	Ada
Batik Fakhih	Tidak ada

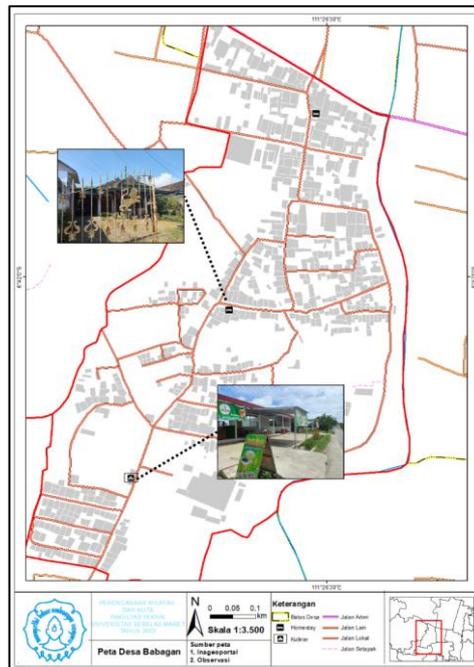
^aSumber: Wawancara peneliti, 2025

Industri batik tersebut telah menjadi salah satu atraksi wisata, dengan sebagian di antaranya telah menjalin interaksi langsung antara pengrajin dan pengunjung. Bentuk partisipasi wisatawan juga tercermin melalui kunjungan edukatif oleh siswa sekolah menengah pertama dan atas yang tertarik mempelajari teknik membatik khas Lasem secara langsung. Selain aktivitas batik sebagai inti dari atraksi kreatif, keberadaan elemen pendukung juga memperkuat potensi pariwisata di Desa Babagan. Salah satu contohnya adalah Klenteng Gie Yong Bio, sebuah tempat ibadah tradisional Tionghoa yang masih difungsikan untuk kegiatan keagamaan. Keberadaan klenteng ini, bersama dengan bangunan-bangunan bercorak arsitektur Cina, memperkuat identitas kultural desa dan menambah nilai estetis serta historis yang mendukung daya tarik kawasan sebagai destinasi wisata kreatif.

3.1.2 Sarana pendukung

Dalam aspek penyediaan sarana pendukung wisata, masyarakat Desa Babagan menyiapkan opsi tempat menginap bagi wisatawan, salah satunya berupa homestay yang dikelola secara mandiri oleh warga lokal. Namun demikian, jumlah homestay di desa ini mengalami penurunan. Hal tersebut

disebabkan oleh persepsi masyarakat yang menilai bahwa tingkat kebutuhan wisatawan untuk bermalam di desa relatif rendah, sehingga dianggap kurang mendesak untuk dipenuhi (lihat Gambar 2). Dalam perkembangan wisata di Desa Babagan, Pemerintah Desa Babagan menginisiasi untuk dibangunnya pusat kuliner di Desa Babagan yang dimanfaatkan sebagai sarana perdagangan yang mendukung kegiatan wisata. Berbagai sarana dasar wisata lain seperti parkir di Desa Babagan secara terbatas telah di sediakan oleh unit pengelola wisata di beberapa titik dan toilet umum disediakan oleh pengusaha batik yang memiliki dan mengadakan kegiatan workshop batik.



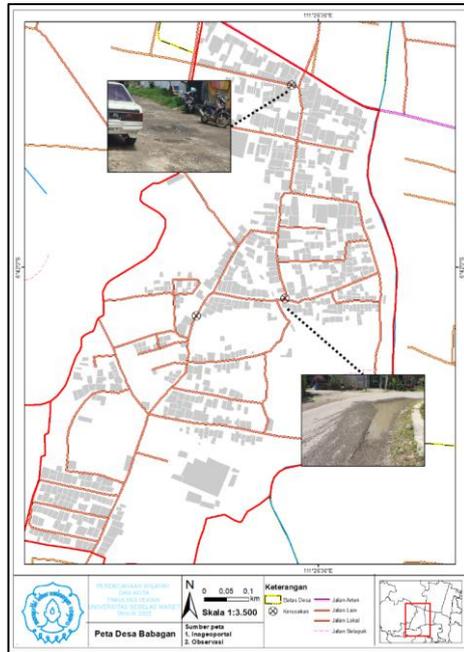
Gambar 2. Peta Sarana Pendukung Wisata

^aSumber: Observasi peneliti, 2025.

3.1.3 Aksesibilitas

Hasil observasi di lapangan menunjukkan bahwa jaringan jalan di Desa Babagan didominasi oleh dua jenis permukaan, yaitu aspal dan beton. Jalan beraspal umumnya ditemukan pada rute penghubung antar dusun atau RW, sedangkan jalan beton lebih banyak terdapat di jalur lokal dalam area permukiman serta kawasan produksi batik. Secara umum, kondisi jaringan jalan yang menghubungkan titik-titik wisata di Desa Babagan tergolong baik dan memadai dalam mendukung aktivitas kepariwisataan. Akses utama menuju lokasi atraksi wisata menunjukkan permukaan jalan yang relatif mulus dengan tingkat kerusakan yang rendah. Namun demikian, ditemukan dua titik jalan yang mengalami kerusakan, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 3.

Dari segi transportasi, moda yang tersedia telah memfasilitasi mobilitas wisatawan menuju Desa Babagan. Salah satu moda yang dapat dimanfaatkan adalah bus wisata lokal, yang disediakan bagi kelompok wisatawan dari terminal Kabupaten Rembang menuju desa. Untuk meningkatkan kemudahan perpindahan antar atraksi di dalam desa, Unit pengelola wisata menyediakan layanan *shuttle* dengan kapasitas 20 penumpang. Layanan ini memberikan alternatif perjalanan yang lebih praktis, khususnya bagi wisatawan yang tidak menggunakan kendaraan pribadi, sekaligus meningkatkan kenyamanan dalam menjelajahi berbagai titik atraksi yang tersebar di kawasan tersebut.

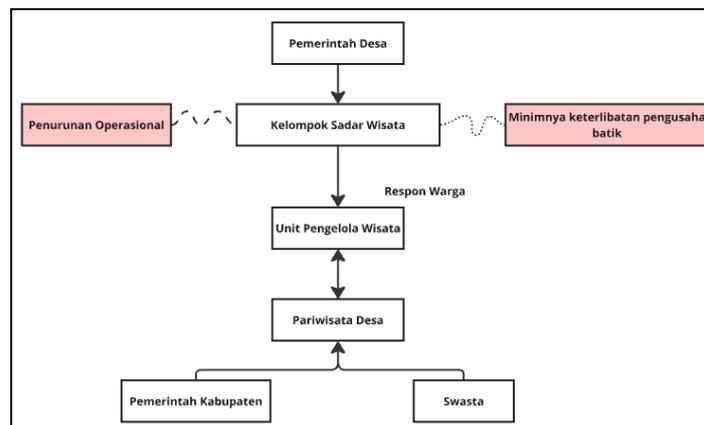


Gambar 3. Peta Kerusakan Jalan

^aSumber: Observasi peneliti, 2025.

3.1.4 Layanan pengelola wisata

Dalam proses pengembangan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), terjadi penurunan aktivitas operasional yang signifikan. Hal ini sebagian besar disebabkan oleh rendahnya keterlibatan pelaku usaha batik yang cenderung bersifat individualistis serta lebih memprioritaskan pengelolaan usahanya secara mandiri. Sebagai bentuk respons terhadap kondisi tersebut, sejumlah warga mengambil inisiatif untuk membentuk Unit Pengelola Wisata, yang bertugas menjalankan berbagai kegiatan pariwisata di Desa Babagan. Unit ini beroperasi secara mandiri dan tidak berada langsung di bawah struktur Pemerintah Desa, namun tetap menjalin kerja sama dengan pemerintah lokal dan para pelaku usaha batik setempat. (lihat Gambar 4)



Gambar 4. Alur pembentukan unit pengelola wisata

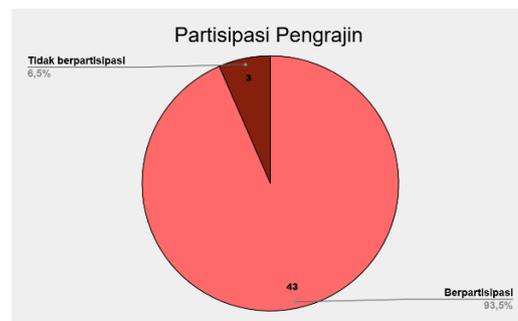
^aSumber: Wawancara peneliti, 2025.

Unit pengelola wisata juga berperan sebagai penghubung antara wisatawan dengan pemilik usaha maupun pengrajin batik, sehingga mampu menciptakan pengalaman wisata yang bersifat interaktif.

Selain itu, unit ini memiliki tanggung jawab dalam merancang strategi promosi dan pemasaran destinasi, termasuk menyusun paket kunjungan terpadu yang dapat diintegrasikan dengan desa wisata lainnya.

3.1.5 Partisipasi

Tingkat keterlibatan pengrajin dalam praktik pariwisata kreatif, khususnya pada sektor batik tulis Lasem, menunjukkan angka partisipasi yang cukup tinggi, yaitu mencapai 94% pada unit-unit usaha batik yang telah terbuka sebagai destinasi kunjungan wisata yang dapat dilihat pada Gambar 5. Sebagian besar pengrajin terlibat langsung dalam penyediaan atraksi wisata dengan berperan memperagakan proses pembuatan batik di hadapan wisatawan, serta memberikan pelatihan teknik membatik kepada pengunjung yang ingin mencoba secara langsung. Selain itu, ada pula yang berkontribusi dengan menjelaskan keunikan dan dinamika perkembangan industri batik dari perspektif sejarah dan budaya lokal. Beberapa pengrajin bahkan turut berperan sebagai pemandu wisata yang mendampingi wisatawan selama menjelajahi kawasan, khususnya di Desa Babagan, sehingga membantu memperdalam pemahaman pengunjung terhadap narasi sejarah Batik Tulis Lasem.



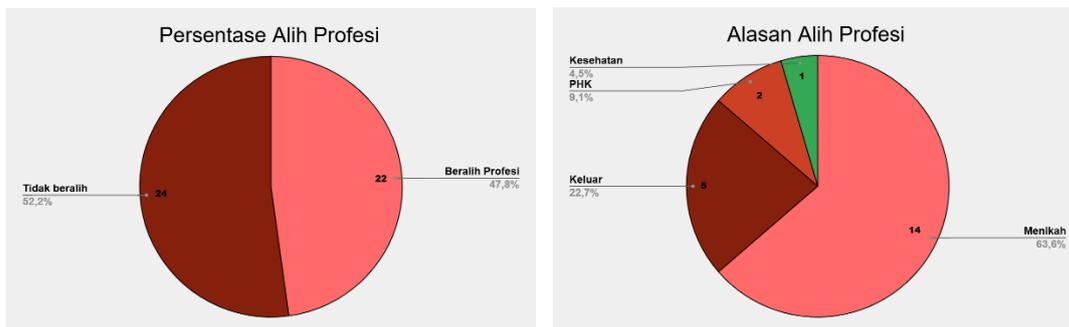
Gambar 5. Diagram Tingkat Partisipasi Pengrajin

^a Sumber: Kuesioner peneliti, 2025.

Meski partisipasi individu cukup tinggi, terdapat kecenderungan pola individualisme di kalangan pemilik usaha batik. Hal ini tercermin dari minimnya kolaborasi lintas pelaku dalam mendukung pengembangan pariwisata kreatif secara kolektif. Sebagian pengusaha masih lebih memilih untuk mengelola usahanya secara mandiri, tanpa membangun sinergi dengan sesama pelaku dalam ekosistem industri batik lokal.

3.1.6 Lapangan pekerjaan

Hasil survei melalui penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa sebesar 47,8% atau setara dengan 22 responden mengaku beralih profesi menjadi pengrajin batik. Sementara itu, responden lainnya telah menekuni kerajinan ini sejak usia dini sebagai warisan tradisi keluarga. merujuk pada Gambar 6, tercatat bahwa sebanyak 22 responden memilih beralih profesi ke bidang kerajinan batik dengan latar belakang alasan yang bervariasi. Mayoritas responden mengungkapkan bahwa perubahan profesi tersebut dipengaruhi oleh faktor pernikahan, pemutusan hubungan kerja, serta keinginan untuk mendapatkan lingkungan kerja yang lebih fleksibel. Selain itu, terdapat sejumlah individu yang sebelumnya bekerja di sektor manufaktur, memutuskan untuk keluar dari pekerjaannya dan beralih ke industri batik karena pertimbangan kenyamanan kerja dan potensi pendapatan yang dinilai lebih menguntungkan.



Gambar 5. Diagram Tingkat Partisipasi Pengrajin

^a Sumber: Kuesioner peneliti, 2025.

3.1.7 Pengalaman kreatif

Dalam aktivitas kunjungan ke sentra industri batik, wisatawan tidak hanya berperan sebagai pengamat pasif, tetapi juga diberi kesempatan untuk berpartisipasi secara langsung dalam beberapa tahapan produksi, termasuk praktik mencanting. Pengunjung yang tertarik akan diarahkan oleh pengrajin lokal untuk mencoba teknik dasar mencanting dengan pendampingan yang sesuai.



Gambar 6. Pengalaman Kreatif Wisatawan

^a Sumber: Unit pengelola wisata, 2025.

Untuk peserta pemula, disediakan pola batik yang sederhana agar proses belajar menjadi lebih mudah dan tetap mencerminkan keterampilan serta ketelitian tinggi yang diperlukan dalam membatik. Selain praktik teknik membatik, wisatawan juga diajak untuk memahami makna dan filosofi di balik ragam motif batik yang berkembang di Desa Babagan. Tiap motif mengandung nilai simbolik, mencerminkan warisan budaya, sejarah lokal, serta identitas khas masyarakat setempat. Setelah mengikuti kegiatan membatik, pengunjung dapat melanjutkan eksplorasi ke berbagai atraksi budaya lainnya, seperti kunjungan ke klenteng, atau melihat koleksi hasil karya batik di showroom yang sekaligus menjadi tempat pembelian souvenir khas desa.

3.1.8 Program interaktif

Industri batik di Desa Babagan secara berkala mengadakan program wisata edukatif bertema membatik, yang ditujukan khusus bagi pelajar. Kegiatan ini dilaksanakan setiap hari Kamis di awal bulan dan memberikan peluang kepada siswa untuk terlibat secara langsung dalam seluruh proses pembuatan batik, mulai dari tahap awal seperti persiapan kain hingga menjadi produk akhir yang siap pakai. Tujuan utama dari program ini adalah menumbuhkan rasa apresiasi terhadap kesenian batik sejak usia sekolah, serta memperkenalkan proses kreatif yang berlangsung di lingkungan desa. Dalam praktiknya, peserta didampingi langsung oleh pengrajin lokal, sehingga mereka memperoleh pemahaman tidak hanya secara teoritis, tetapi juga melalui pengalaman praktik yang konkret. Tahapan

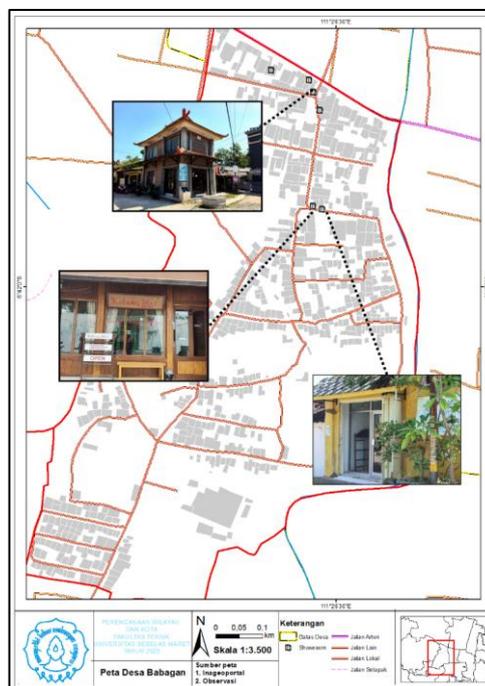
yang dipelajari mencakup pengenalan terhadap batik beserta nilai filosofisnya, teknik mencanting, pewarnaan, hingga proses akhir atau finishing.



Gambar 7. Pelatihan Membuat Batik Untuk Pelajar
^a Sumber: Unit pengelola wisata, 2025.

3.1.9 Sarana Pameran

Fasilitas pameran memiliki peranan dalam mendukung kelangsungan industri batik, khususnya dalam ekonomi kreatif lokal. Untuk pelaku usaha batik berskala besar, umumnya telah tersedia sarana pemasaran berupa *showroom* pribadi yang terletak di area produksi maupun pada lokasi yang secara komersial dianggap strategis. Keberadaan showroom ini memungkinkan produsen besar memasarkan produknya secara mandiri, sekaligus memberikan pengalaman langsung kepada pengunjung, karena koleksi batik unggulan dapat dilihat dan diapresiasi secara langsung di *showroom* secara eksklusif. (lihat Gambar 8)



Gambar 8. Peta Persebaran *Showroom*
^a Sumber: Observasi peneliti, 2025.

Sebaliknya, pada industri batik kecil dan menengah (UMKM), keterbatasan modal serta akses terhadap pasar mendorong mereka untuk memanfaatkan fasilitas bersama dalam mendistribusikan hasil produksinya. Salah satu langkah yang dilakukan adalah dengan menitipkan produk ke showroom

milik Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) yang berlokasi di Desa Babagan. Fasilitas ini berfungsi sebagai ruang promosi kolektif yang dirancang untuk membantu pelaku UMKM menjangkau pasar lebih luas, baik dari kalangan wisatawan maupun pembeli dari luar daerah.

3.1.10 Jangkauan pemasaran

Produk-produk yang dihasilkan oleh industri batik di Desa Babagan telah mengalami perluasan jangkauan pemasaran secara signifikan. Distribusi tidak hanya terbatas pada konsumen domestik yang datang langsung ke sentra produksi, tetapi juga mencakup pasar luar negeri melalui jalur distribusi yang lebih luas. Di tingkat lokal, batik serta kerajinan khas Babagan dipasarkan melalui berbagai saluran, termasuk showroom milik produsen besar, toko souvenir, hingga kolaborasi dengan pihak ketiga. Wisatawan yang mengunjungi desa ini menjadi salah satu segmen pasar utama yang melakukan pembelian secara langsung. Selain penjualan langsung, strategi pemasaran domestik juga dilakukan melalui partisipasi dalam pameran dan bazar yang difasilitasi oleh pemerintah daerah. Di skala nasional, jaringan distribusi industri batik Babagan telah mencakup kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, dan Yogyakarta. Produk dipasarkan baik melalui mitra ritel maupun melalui platform daring (*e-commerce*) yang terus mengalami pertumbuhan. Pada tataran internasional, sejumlah pelaku industri batik di Babagan telah berhasil menembus pasar global, dengan ekspor yang menjangkau negara-negara di kawasan Asia Tenggara, Asia Timur, Eropa, hingga Amerika. (lihat Tabel 3)

Tabel 3. Jangkauan Pemasaran Tiap Industri Batik

Industri kreatif	Jangkauan pemasaran
Burung Seriti	Malaysia dan Singapura
Sekar Kencono	Jerman dan Malaysia
Katrin Bee	Malaysia
Sekar Mulyo	Amerika, Malaysia, dan Singapura
Sumber Rejeki	Malaysia dan Singapura
Iffar Batik	Hongkong
Dhong Asem	Dititipkan ke grosir
Fatmalia Batik	Dititipkan ke grosir
Kidang Mas	Malaysia dan Singapura
Batik Fakhih	Dititipkan ke grosir

^a Sumber: Wawancara peneliti, 2025

3.2 Diskusi

Penerapan konsep pariwisata kreatif di Desa Babagan harus mempertimbangkan empat elemen pokok, unsur tersebut mencakup lingkungan kreatif, manusia kreatif, proses kreatif, dan produk kreatif. Berikut memuat skoring kesesuaian penerapan konsep pariwisata kreatif di Desa Babagan. (Tabel 4)

Tabel 4. Variabel dan indikator skoring

Variabel	Sub variabel	Indikator	Bobot	Skor	Hasil
Lingkungan kreatif	Atraksi wisata	Industri kreatif memungkinkan terjadinya proses kreatif pada <i>workshop</i> .	1/6	1	1/6
		Adanya atraksi pendukung yang menunjang daya tarik atraksi kreatif.	1/6	1	1/6
	Sarana pendukung	Terdapat penyediaan sarana pendukung wisata oleh masyarakat lokal.	1/6	1	1/6
	Aksesibilitas	Kondisi jaringan jalan baik (minim kerusakan) sehingga mendukung kegiatan pariwisata.	1/6	1	1/6
		Adanya moda transportasi lokal yang mempermudah pergerakan di kawasan pariwisata.	1/6	1	1/6
	Pengelola wisata	Adanya komunitas/lembaga pengelola wisata yang terlibat aktif dalam pengelolaan wisata.	1/6	1	1/6
Manusia kreatif	Partisipasi	Pengrajin pada kawasan pariwisata mampu menjadi fasilitator (membimbing) pengalaman kreatif wisatawan.	1/3	1	1/3
		Pengusaha kreatif mampu saling berkolaborasi antar pengusaha kreatif lain.	1/3	0	1/3
	Lapangan pekerjaan	Peningkatan daya tarik lapangan pekerjaan di sektor kreatif.	1/3	1	1/3
Proses kreatif	Pengalaman kreatif	Ruang kreatif yang ada telah memungkinkan wisatawan untuk merasakan 3 pengalaman wisata.	1/2	1	1/2
	Program interaktif	Kegiatan (kelas dan pelatihan) rutin khas lokal kawasan wisata.	1/2	1	1/2
Produk kreatif	Pameran	Adanya sarana yang memamerkan produk hasil industri kreatif.	1/2	1	1/2
	Jangkauan pemasaran	Produk hasil industri kreatif mampu dipasarkan hingga luar kawasan.	1/2	1	1/2
Total			4		3.67

^aSumber: Analisis peneliti, 2025

Lingkungan kreatif adalah ruang fisik maupun sosial yang mendukung wisatawan berpartisipasi dalam aktivitas wisata yang interaktif (Richards, 2011). Atraksi kreatif menurut Richards dan Wilson (2007) memfasilitasi partisipasi aktif wisatawan dalam aktivitas bermakna. Kostopoulou (2013)

menambahkan bahwa pariwisata kreatif harus selaras dengan budaya lokal, atraksi budaya khas, dan produk kreatif unik. Di Desa Babagan, terdapat tujuh industri batik yang berfungsi ganda sebagai tempat produksi dan workshop interaktif sehingga wisatawan dapat ikut terlibat secara langsung. Keunikan budaya ditopang situs dan bangunan berarsitektur Tionghoa seperti klinteng maupun makam bangsawan, mendukung identitas kawasan (Richards dan Wilson, 2007). Infrastruktur dasar pun tidak terpisahkan yang mencakup akomodasi, transportasi, serta amenities yang harus terjaga kualitasnya (Tavallae et al., 2014). Penyediaan homestay warga memungkinkan wisatawan tinggal lebih lama saat mengikuti workshop. Ardhalia et al. (2016) menyebut jalan dan transportasi memengaruhi kenyamanan. Desa Babagan memiliki jaringan jalan baik dan transportasi lokal yang memudahkan akses wisatawan. Aspek sosial lingkungan kreatif juga diperkuat lembaga lokal. Dias et al. (2021) menekankan pentingnya komunitas lokal yang terlibat sebagai fasilitator pariwisata kreatif, sejalan dengan Duxburry et al. (2020) yang menekankan peran kelembagaan dalam perencanaan dan pengelolaan warisan budaya. Di Desa Babagan, Unit pengelola wisata menggantikan Pokdarwis yang pasif dengan peran menghubungkan pengrajin dan wisatawan, serta menjalin kolaborasi promosi dengan desa wisata lain.

Manusia kreatif adalah aktor kunci yang menghidupkan pariwisata kreatif di Desa Babagan. Farhaeni et al. (2024) menyebut peran mereka tidak sebatas memproduksi kerajinan tetapi juga menjaga tradisi. Maryonoputri et al. (2024) memaparkan bahwa keterlibatan ini mencakup kontribusi gagasan, tenaga, aset, serta keahlian. Di Desa Babagan, pengrajin batik berpartisipasi aktif dengan mendemonstrasikan proses membatik hingga memberi pelatihan langsung. Pada riset Damayanti dan Latifah (2015) menekankan adanya forum kolaborasi antar pengusaha untuk berbagi strategi yang sudah terapkan pada pariwisata kreatif di Kota Pekalongan. Namun, di Desa Babagan forum paguyuban pengusaha batik belum berjalan optimal karena pengusaha cenderung individualis. Richards (2011) menunjukkan bahwa sektor pariwisata kreatif banyak memanfaatkan tenaga kerja informal yang membuka peluang kerja baru. Fenomena ini juga terjadi di Desa Babagan, di mana banyak ibu rumah tangga atau pekerja yang beralih profesi menjadi pembatik untuk menambah penghasilan keluarga.

Ciri rangkaian pengalaman dalam pariwisata kreatif menurut Damayanti dan Latifah (2015) adalah wisatawan tidak hanya berbelanja produk (*something to buy*), tetapi juga melihat proses (*something to see*) dan mencoba sendiri (*something to do*). Di Desa Babagan, wisatawan berkesempatan terlibat langsung mulai dari menggambar pola, mencanting, hingga pewarnaan batik. Rangkaian kegiatan ini dilengkapi kunjungan ke situs heritage dan showroom tiap industri batik. Selain itu, Desa Babagan rutin mengadakan program pelatihan membatik bagi pelajar setiap awal bulan. Ohridska-Olson dan Ivanov (2010) menekankan pentingnya kelas kreatif untuk menjaga nilai budaya lokal. Melalui kegiatan ini, siswa tidak hanya belajar membatik tetapi juga memahami makna filosofisnya agar mampu menghargai dan melestarikan seni batik sebagai identitas budaya.

Produk dalam pariwisata kreatif tidak hanya hasil akhir produksi tetapi juga elemen daya tarik wisata. Ardhalia et al. (2016) menambahkan produk kreatif harus dikemas menarik agar diminati wisatawan. Hal ini tercermin pada keberadaan *showroom* industri batik dan fasilitas pemasaran oleh Dekranasda di Babagan. *Showroom* tidak hanya menjual tetapi juga memamerkan keunikan batik tulis Lasem. Wisatawan sering membeli produk sebagai cenderamata usai mengikuti workshop. Ohridska-Olson dan Ivanov (2010) menyatakan bahwa pemasaran produk budaya perlu menjangkau area lebih luas hingga pasar internasional. Peran Dekranasda membantu industri batik skala kecil agar dapat memperluas jangkauan pasar melalui promosi bersama, memperkuat branding batik tulis Lasem sebagai produk yang mendukung pariwisata kreatif.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil identifikasi kondisi aktual pariwisata di Desa Babagan serta analisis skoring terhadap tingkat kesesuaian dengan konsep pariwisata kreatif dengan skor 3.67, penelitian ini telah menjawab rumusan tujuan, yaitu menilai kesesuaian Desa Babagan dengan prinsip-prinsip pariwisata kreatif. Tingkat kesesuaian tersebut dianalisis melalui empat komponen utama, yakni lingkungan kreatif, manusia kreatif, proses kreatif, dan produk kreatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Desa Babagan tergolong sesuai dengan karakteristik pariwisata kreatif. Hal ini tercermin dari integrasi antara aktivitas budaya lokal, khususnya industri batik tulis, dengan keterlibatan langsung wisatawan dalam proses kreatif seperti praktik membatik dan kunjungan ke showroom batik. Selain itu, dukungan infrastruktur pariwisata yang memadai, aksesibilitas yang baik, serta keberadaan atraksi budaya lainnya turut memperkuat identitas desa sebagai destinasi kreatif yang menggabungkan unsur kreativitas, edukasi, dan pengalaman wisata autentik.

Namun demikian, aspek kolaborasi antar pengusaha masih perlu ditingkatkan. Saat ini, sebagian besar pengusaha batik di Desa Babagan menjalankan usahanya secara individual dan belum terkoordinasi dalam wadah kolektif. Oleh karena itu, keberadaan forum atau paguyuban pengusaha Batik Tulis Lasem perlu diaktifkan kembali sebagai sarana komunikasi dan penyelesaian masalah bersama, sekaligus menjadi ruang diskusi strategis dalam pengembangan usaha batik. Penguatan kerja sama ini menjadi faktor krusial untuk meningkatkan daya saing industri batik Lasem dan menjadikan Desa Babagan sebagai destinasi pariwisata kreatif yang mampu bersaing di skala nasional maupun global.

Daftar Pustaka

- Ardhala, A. D., Santoso, E. B., & Sulistyarso, H. (2016). Influence Factors on the Development of Creative Industry as a Tourism Destination (Case Study: Footwear Village in Mojokerto City). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 227, 671-679.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.131>
- Ariyora, Yuan K.S., Budisusanto, Y., & Prasasti, I. (2015). Pemanfaatan Data Penginderaan Jauh Dan Sig Untuk Analisa Banjir (Studi Kasus: Banjir Provinsi Dki Jakarta). *Jurnal GEOID*, 10(2), 137-146.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future: Growth strategies for accommodation establishments in alpine regions. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
[https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Damayanti, M., & Latifah, L. (2017). Strategi Kota Pekalongan dalam pengembangan wisata kreatif berbasis industri batik. *Jurnal Pengembangan Kota*, 3(2), 100-111.
<https://doi.org/10.14710/jpk.3.2.100-111>
- Darmawan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Duxbury, N., Bakas, F. E., Vina-Garcia de Castro, T., & Silva, S. (2021). Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. *Sustainability*, 13(2), 1-22.
<https://doi.org/10.3390/su13010002>
- Dias, Á., Gonzalez-Rodriguez, M. R. & Patuleia, M. (2023). Creative tourism destination competitiveness: An integrative model and agenda for future research. *Creative Industries Journal*. 16 (2), 180-203.
- Florida, R. (2003). *Cities and Creative Class*. City and Community.

- Florida, R. (2007). *The Rise of The Creative Class and How It's Transforming Work*. Moscow: Classic-XXI century.
- Hermantoro, Henky. (2011). *Creative-Based Tourism*. Aditri, Cinere Depok.
- Kostopoulou, S. (2013). On the revitalized waterfront: Creative milieu for creative tourism. *Sustainability*, 5(11), 4578–4593. <https://doi.org/10.3390/su5114578>
- Landry, C. (2008). *The Creative City : A Toolkit for Urban Innovators*. London: Eartscan.
- Martini, L. (2016). *Knowledge Sharing in a Creative City*. *Procedia Computer Science*, 79-90.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). Tourism, economic, physical and social impacts. *Miscellaneous: Tourism, economic, physical and social impacts.*, 208pp.
- Muarifuddin. (2017). Implementasi Pembangunan Desa Wisata Batik Desa Babagan Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 51-70.
- Ohridska-Olson, R. V., & Ivanov, S. H. (2010). *Creative Tourism Business Model and its Application in Bulgaria*.
- Putri, A. R. L., & Maryono. (2022). Pengaruh transparansi, akuntabilitas, partisipasi masyarakat, dan kompetensi aparat desa terhadap pengelolaan dana desa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(3), 1668–1688.
- Raymond, C. (2007). Creative Tourism New Zealand: The practical challenges of developing creative tourism. In G. Richards & J. Wilson (Eds.), *Tourism, creativity, and development* (pp.145–157). Routledge
- Remoaldo, P., & Ribeiro, J. C. (2019). Creative Tourism as a New Challenge to the Development of Destinations: The Portuguese Case Study: A Path to Entrepreneurship and Innovation. In M. Peris-Ortiz, M. R. Cabrera-Flores, & A. Serrano-Santoyo (Eds.), *Cultural and Creative Industries: A Path to Entrepreneurship and Innovation* (pp. 81-99). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-99590-8_5
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS news* (23), 16-20.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 102922. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- Ristiani, E., & Haryati, T. (2016). Pengaruh tenaga kerja dan persaingan usaha terhadap produktivitas usaha batik tulis di Desa Babagan Kecamatan Lasem Kabupaten Rembang. *Economic Education Analysis Journal*, 5(3). <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj>
- Ross, D., Saxena, G., Correia, F., & Deutz, P. (2017). Archaeological tourism: A creative approach. *Annals of Tourism Research*, 67, 37-47.
- Sagala, S. (2005). *Konsep dan Makna Pembelajaran*. Bandung: Alfabeta.
- Silvandi, G. O., & Mandalia, S. (2022). Pengembangan Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan dengan menerapkan aspek pariwisata 3S (Something to See, Something to Do, Something to Buy). *i-Tourism: Jurnal Pariwisata Syariah*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.31958/i-tourism.v1i2.4923>
- Simanjuntak, B. A., Tanjung, F., & Nasution, R. (2017). *Sejarah pariwisata: menuju perkembangan pariwisata Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Tavallae, S., Asadi, A., Aby, H., & Ebrahimi, M. (2014). Tourism planning: An integrated and sustainable development approach. *Management Science Letters*, 4, 2495–2502.
- UNESCO Creative Cities Network. (2006). *Towards sustainable strategies for creative tourism: Discussion report of the planning meeting for the 2008 International Conference on Creative Tourism, Santa Fe, New Mexico, U.S.A., October 25–27, 2006 (CLT/CEI/CID/2008/RP/66)*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.