

**STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS IDENTIFIKASI  
KLASTER WISATA BUDAYA KOTA SURAKARTA**

**Indah Nugraheni<sup>1</sup> Istijabatul Aliyah<sup>1,2</sup>**

1. Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret
2. Pusat Penelitian dan Pengembangan Pariwisata dan Budaya, LPPM, Universitas Sebelas Maret Surakarta

**Abstrak**

Sektor pariwisata adalah sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Sekarang ini, Pemerintah kota maupun daerah berlomba-lomba untuk mengelola tempat wisata secara maksimal dengan tujuan agar memberikan daya tarik tersendiri bagi para pengunjung. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Surakarta Tahun 2016-2021 yang menyebutkan bahwa visi Kota Surakarta yaitu "Terwujudnya Surakarta sebagai Kota Budaya, Mandiri, Maju dan Sejahtera", Kota budaya dapat dijadikan sebagai branding kota Surakarta untuk dapat menjadi modal dasar pengembangan sektor pariwisata yang berbasis budaya. Persaingan di pasar wisata semakin ketat dan perubahan industri pariwisata di masa lalu beberapa dekade di mana metode operasi tradisional tidak dapat diterapkan lagi. Oleh karena itu, dilakukan perbaikan dalam pengembangan pariwisata strategis daerah. Maka dari itu perlu dibuat strategi untuk mengembangkan wisata budaya di Kota Surakarta yaitu dengan membuat klaster wisata budaya sesuai dengan minat wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Hal ini berfungsi agar wisatawan lebih tertarik untuk berwisata sesuai dengan minat mereka.

Kata Kunci: Wisata Budaya, Strategi Pengembangan, Klaster Wisata Budaya

## PENDAHULUAN

Sektor pariwisata adalah sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Kedatangan wisatawan pada suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) telah memberikan kemakmuran dan kesejahteraan bagi penduduk setempat. Seperti halnya dengan sektor lainnya, pariwisata juga berpengaruh terhadap perekonomian di suatu daerah atau negara tujuan wisata. Besar kecilnya pengaruh itu berbeda antara satu daerah dan daerah lainnya atau antara suatu Negara dengan negara lainnya (Sammeng dalam Rahma, Femi N, 2001). Sekarang ini, Pemerintah kota maupun daerah berlomba-lomba untuk mengelola tempat wisata secara maksimal dengan tujuan agar memberikan daya tarik tersendiri bagi para pengunjung.

Mandat PP No.50/2011 Tentang Penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataannya menyebutkan bahwa Kawasan Solo Kota dan sekitarnya merupakan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN). Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 9 Tahun 2016 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Surakarta Tahun 2016-2021 yang menyebutkan bahwa visi Kota Surakarta yaitu "Terwujudnya Surakarta sebagai Kota Budaya, Mandiri, Maju dan Sejahtera", hal ini dikarenakan Kota Surakarta memiliki beberapa peninggalan-peninggalan budaya seperti tradisi, arsitektur, makanan tradisional, seni dan musik. Kota budaya dapat dijadikan sebagai *branding* kota Surakarta untuk dapat menjadi modal dasar

pengembangan sektor pariwisata yang berbasis budaya.

Persaingan di pasar wisata semakin ketat dan perubahan industri pariwisata di masa lalu beberapa dekade di mana metode operasi tradisional tidak dapat diterapkan lagi. Oleh karena itu, dilakukan perbaikan dalam pengembangan pariwisata strategis daerah. (Saso Korunovskia, 2013). Maka dari itu perlu dibuat strategi untuk mengembangkan wisata budaya di Kota Surakarta yaitu dengan membuat kluster wisata budaya sesuai dengan minat wisatawan domestik maupun wisatawan asing. Hal ini berfungsi agar wisatawan lebih tertarik untuk berwisata sesuai dengan minat mereka.

## TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Pengertian Kluster

Kluster adalah jaringan produksi dari perusahaan – perusahaan yang saling bergantung secara erat (termasuk pemasok yang terspesialisasi), agen penghasil pengetahuan (perguruan tinggi, lembaga riset, perusahaan rekayasa), lembaga perantara (broker, konsultan), dan pelanggan, yang terkait satu dengan lainnya dalam suatu rantai produksi peningkatan nilai tambah" (Roelandt dan Den Hertog, 1998). Hubungan erat yang mengikat perusahaan – perusahaan dan industri tertentu secara bersama dalam berbagai aspek perilaku umum, seperti misalnya lokasi geografis, sumber – sumber inovasi, pemasok dan faktor produksi bersama, dan lainnya (Berman dan Feser, 1999).

### 2. Pengertian Wisata

Wisata ialah suatu proses berpergian yang bersifat sementara yang dilakukan

seseorang untuk menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Motif kepergiannya tersebut bisa karena kepentingan ekonomi, kesehatan, agama, budaya, social, politik, dan kepentingan lainnya. (Suwantoro gamal, 2004). Menurut UU RI No 10 Tahun 2009 wisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan manusia baik perorangan maupun kelompok untuk mengunjungi destinasi tertentu dengan tujuan rekreasi, mempelajari keunikan daerah wisata, pengembangan diri dsb dalam kurun waktu yang singkat atau sementara waktu. **Wisata** merupakan suatu kegiatan perjalanan baik individu maupun grup dari tempat tinggal menuju suatu tempat tertentu untuk mendapatkan pengalaman diluar aktivitas kesehariannya (seperti: bekerja, sekolah, mengurus rumah tangga) dalam waktu yang sementara. (Hidayah Nurdin, 2017)

### 3. Pengertian Budaya

Budaya ialah salah satu metode untuk hidup dan bisa berkembang yang mana dimiliki bersama di sebuah kelompok orang yang kemudian akan diwariskan dari generasi ke generasi yang lainnya. Budaya akan terbentuk dari beberapa unsur yang rumit yang mana terdiri dari sistem agama, politik, bahasa, adat istiadat, perkakas, bangunan, pakaian, dan juga karya seni. Kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks, yang didalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat (Tylor, E.B.: 1974).

### 4. Pengertian Wisata Budaya

Pariwisata budaya adalah jenis pariwisata yang dalam perkembangan dan pengembangannya menggunakan kebudayaan sebagai potensi dasar yang

dominan, yang didalamnya tersirat suatu cita-cita akan adanya hubungan timbal balik yang dinamik dan positif antara pariwisata dan kebudayaan, sehingga keduanya meningkat secara serasi, selaras dan seimbang. Oleh karenanya pengembangan pariwisata diharapkan selalu memperhatikan terpeliharanya seni dan budaya bangsa yang dijadikan sebagai aset pariwisata Indonesia. Tujuan utama dari semua itu adalah untuk menciptakan dan lebih penting lagi dengan cara itu pariwisata Indonesia akan memiliki ciri yang khas atau identitasnya sendiri yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh negara-negara lain. Menurut Salah Wahab (1992), berdasarkan maksud perjalanan yang dilakukan pariwisata budaya merupakan jenis pariwisata yang maksud dan tujuan perjalanannya adalah dalam rangka memperkaya informasi dan menambah pengetahuan tentang negara lain, di samping ingin mendapat kepuasan hasil kebudayaan suatu bangsa, seperti tari-tarian tradisional serta tata cara hidup (*the way of life*) masyarakat setempat. Jadi pariwisata budaya adalah perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk meluaskan pandangan hidup seseorang dengan jalan melakukan peninjauan ke luar daerah dan luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adan adat istiadat, cara hidup, kebudayaan dan kesenian mereka. Sering kehendak serupa ini disatukan dengan kesempatan untuk mengambillbagian dalam kegiatan kebudayaan, seperti eksposisi kesenian (seni tari, seni drama, seni musikdan seni rupa) atau kegiatan keagamaan atau motif-motif kesejarahan dan sebagainya. Lebih lanjut dapat ditambahkan, bahwa jenis pariwisata kebudayaan merupakan jenis kepariwisataan yang paling utama bagi

wisatawan mancanegara yang mengunjungi Indonesia. Mereka ingin melihat kesenian, tarian, monumen sejarah dan segala sesuatu yang berhubungan dengan kebudayaan Indonesia (Salah Wahab, 1992).

Wisata budaya adalah kegiatan bepergian keluar dari tempat tinggal untuk urusan spesifik yang berkaitan dengan daya tarik budaya, seperti museum, situs bersejarah, pertunjukan kesenian, dan festival. Sedangkan secara konseptual, wisata ini mengacu pada kepergian seseorang jauh dari tempat tinggal dalam manifestasinya untuk memperoleh informasi baru dan pengalaman, demi memenuhi kebutuhan kultural mereka.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu deskriptif yaitu prosedur pencatatan untuk menggambarkan atau melukiskan keadaan objek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada. Metode pengumpulan data dilakukan dengan survey data sekunder dan primer/wawancara kepada instansi Dinas Pariwisata Kota Surakarta.

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data jumlah kunjungan wisatawan domestik dan asing pada wisata budaya Kota Surakarta. Data tersebut dibuat menjadi klaster melalui analisis klaster menggunakan aplikasi SPSS. Untuk mengetahui perkembangan terbaru, data yang digunakan hanya tahun terbaru yaitu tahun 2018.

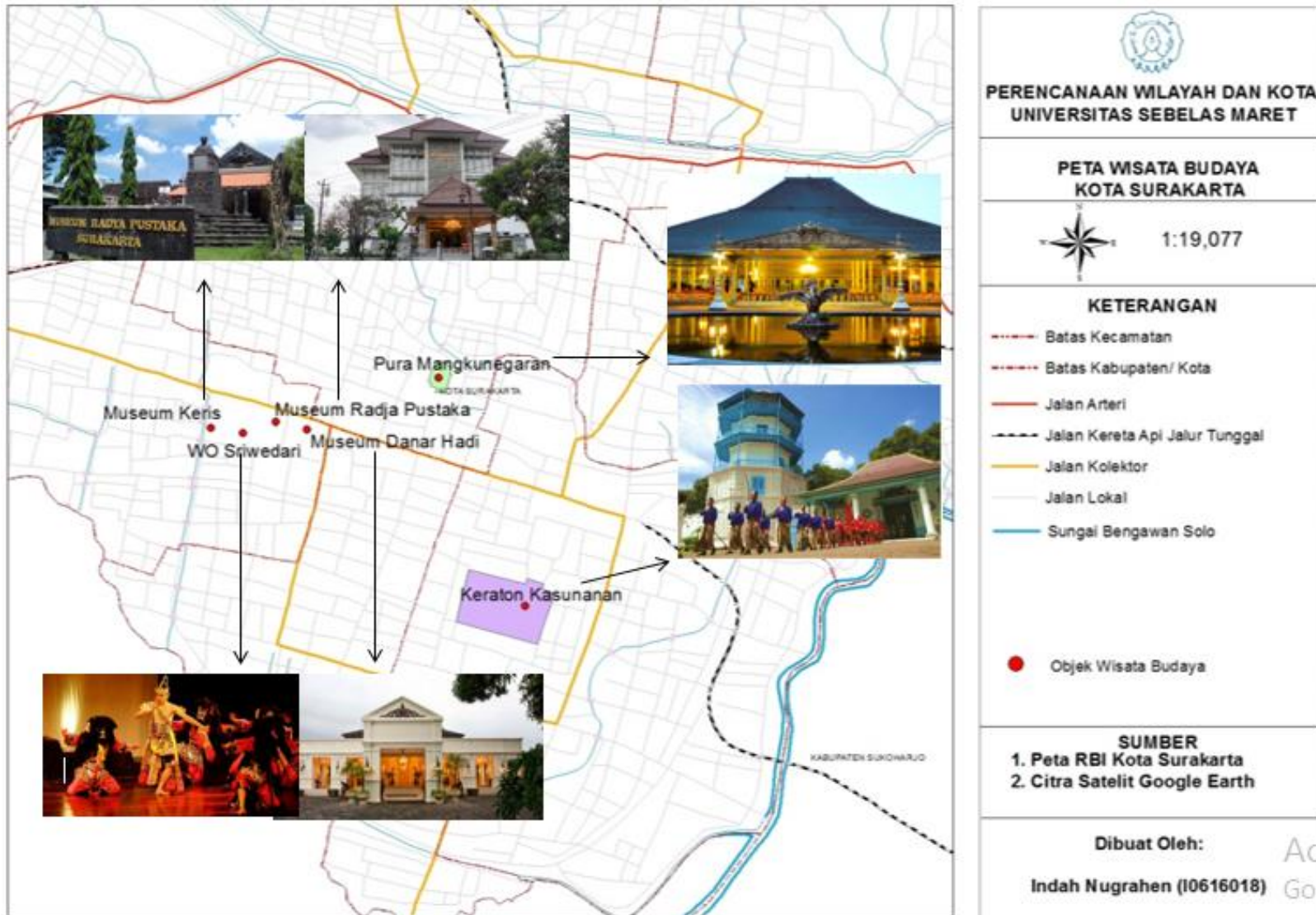
Tahapan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pertama analisis klaster. Teknik analisis klaster yang mempunyai tujuan utama untuk mengelompokkan objek-objek/cases berdasarkan karakteristik yang dimilikinya. Analisis klaster menggunakan input data

jumlah wisatawan wisata budaya Kota Surakarta sehingga menghasilkan output klasifikasi setiap objek yang memiliki sifat yang mirip (paling dekat kesamaannya) akan mengelompok kedalam satu klaster (kelompok) yang sama.

Kedua, menggunakan Porter's diamond model. Untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata budaya Kota Surakarta digunakan dengan porter's diamond model untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh, unggul dan kompetitif untuk meningkatkan posisi suatu wilayah secara global (Chappelow Jim, 2019). Input yang digunakan dari analisis ini yaitu data hasil wawancara dengan stakeholder dengan dinas pariwisata mengenai keadaan pariwisata budaya di Kota Surakarta, peluang, dan pesaing, dan mengajukan pertanyaan mengenai five force porter yang kemudian digunakan untuk memperbaiki strategi pengembangan pariwisata dengan hasil dari analisis klaster.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Wisata-wisata di Kota Surakarta mencitrakan kota ini sebagai kota penyaji budaya. Beberapa situs tersebut diantaranya adalah: Arsitektur dan Cagar Budaya. Terdapat banyak bangunan bersejarah di Kota Surakarta, seperti keraton, yaitu Peninggalan sejarah Keraton Surakarta dan Pura Mangkunegaran. Sementara, Museum batik yang terlengkap di Indonesia, yaitu House of Danar Hadi, dan museum tertua di Indonesia, yaitu Museum Radya Pustakayang terletak di jalan protokol Slamet Riyadi dan Museum Radya Pustaka.



1. Hasil Klasifikasi Kelas Kluster Minat Wisatawan Domestik dan Asing

Berdasarkan analisis menggunakan SPSS dengan data jumlah wisatawan tahun 2018 kluster yang terbentuk yaitu:

**Tabel 2.** Klasifikasi Kelas Kluster Minat Wisatawan Domestik

Case	3 Clusters
1:WO Sriwedari	1
2:Pura Mangkunegaran	2
3:Keraton Kasunanan	3
4:Museum Radja Pustaka	2
5:Museum Batik Danarhadi	3

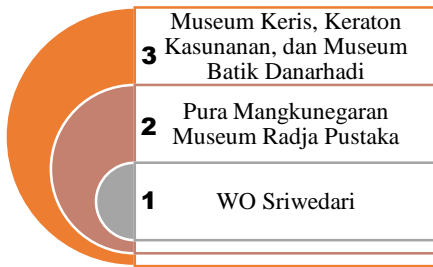
Sumber: Peneliti, 2019

**Tabel 3.** Klasifikasi Kelas Kluster Minat Wisatawan Asing

Case	3 Clusters
1:Pura Mangkunegaran	1
2:Keraton Kasunanan	3
3:Museum Radja Pustaka	3
4:Museum Batik Danarhadi	2

Sumber: Peneliti, 2019

**Gambar 2.** Hirarki Kelas Kluster Minat Wisatawan Domestik



Sumber: Peneliti, 2019

**Gambar 3.** Hirarki Kelas Kluster Minat Wisatawan Asing



Sumber: Peneliti, 2019

Berdasarkan analisis diatas, kelas kluster yang terbentuk berbeda. Minat utama wisatawan domestik yaitu pada WO Sriwedari sedangkan minat wisatawan asing pada Pura Mangkunegaran.

2. Identifikasi Faktor-Faktor Pengembangan Wisata Budaya Kota Surakarta

Untuk menentukan strategi pengembangan wisata budaya di Kota Surakarta selanjutnya diidentifikasi factor-faktornya menggunakan porter's diamond model (Porter 2008).

Kriteria nilai:

- Memiliki nilai 4= sangat berpengaruh
- Memiliki nilai 3= Berpengaruh
- Memiliki nilai 2= Sedikit berpengaruh
- Memiliki nilai 1= Tidak berpengaruh

Tabel 4. Hasil Porter's Diamond Model

Atribut	Nilai				Jumlah responden	Rataan
	1	2	3	4		
<b>Faktor Kondisi</b>						
Sumber Daya Manusia			1		1	3
Sumber Daya Alam dan Lingkungan		1			1	2
Sumber Daya Modal		1			1	2
Teknologi				1	1	4
Infrastruktur				1	1	4
<b>Kondisi Permintaan</b>						
Komposisi Permintaan		1			1	2
Jumlah Permintaan			1		1	3
Preferensi Pengunjung		1			1	2
Industri Terkait dan Pendukung			1		1	3
<b>Pemasok</b>						
Wirausaha setempat			1		1	3
<b>Persaingan Industri</b>						
Tingkat Persaingan Wisata Kota Surakarta		1			1	2
Strategi Pesaing		1			1	2
<b>Peran Pemerintah</b>						
Kebijakan				1	1	4
Program Fasilitasi			1		1	3
<b>Peran Kesempatan</b>						
Iklim Bisnis			1		1	3

Sumber: Dinas Pariwisata, 2019

Berdasarkan hasil dari wawancara dinas pariwisata yang diolah menggunakan Porter's diamond model yang menghasilkan atribut teknologi,

infrastruktur, jumlah permintaan, kebijakan, dan program fasilitasi memiliki nilai tertinggi dan memiliki pengaruh yang besar terhadap atribut lainnya. Kemudian dilakukan analisis porter's five force model. Analisis five force digunakan untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat meningkatkan daya saing objek wisata budaya kota Surakarta

Tabel 5. Hasil Analisis Five Force Model

Atribut	Nilai				Jumlah responden	Rataan
	1	2	3	4		
<b>Persaingan antar perusahaan saingan (Competitor)</b>						
Keberadaan pesaing	1				1	1
Keunggulan Pesaing	1				1	1
<b>Potensi masuknya pesaing baru (New Entrants)</b>						
Tingkat kesulitan untuk membuat wisata sejenis	1				1	1
Tingkat penggunaan modal				1	1	4
<b>Daya tawar pemasok (Bargaining Power of suppliers)</b>						
Kekuatan Pemasok			1		1	3
Ketersediaan pasokan			1		1	3
Alternatif pemasok		1			1	2
<b>Dilihat dari daya tawar pengunjung (Bargaining power of visitor)</b>						
Daya beli Pengunjung				1	1	4
Jumlah Pengunjung				1	1	4
<b>Potensi pengembangan produk-produk pengganti (Subtitute product)</b>						
Munculnya wisata pengganti/alternatif	1				1	1

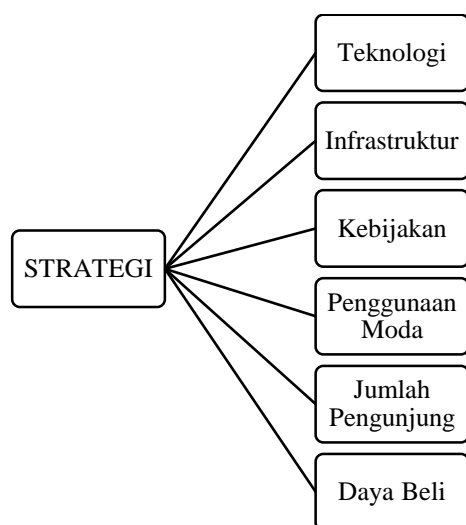
Sumber: Dinas Pariwisata, 2019

Berdasarkan analisis tersebut dapat diketahui bahwa atribut yang memiliki nilai tertinggi adalah tingkat penggunaan modal,

daya beli pengunjung, dan jumlah pengunjung. Tingkat penggunaan modal sangat penting untuk meningkatkan fungsi infrastruktur untuk mendukung wisata budaya Kota Surakarta.

Berdasarkan analisis diatas didapatkan faktor untuk menghasilkan strategi seperti berikut:

Tabel 5. Faktor-faktor hasil dari porter's diamond model



Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2019

Untuk merumuskan strategi pengembangan wisata budaya Kota Surakarta dilakukan pengayakan strategi yang sudah ada menggunakan faktor-faktor dari porter's diamond model dan disesuaikan menggunakan analisis kluster dalam mengembangkan wisata budaya yang sesuai dengan minat wisatawan. Adapun strategi pengembangannya sebagai berikut:

- a. Teknologi
  - Pengembangan promosi pariwisata melalui media sosial
- b. Infrastruktur
  - Peningkatan prasarana dan fasilitas umum pariwisata
  - Pengembangan citra pariwisata
- c. Kebijakan

- Pembentukan badan promosi pariwisata daerah
  - Pengawasan dan pengendalian terhadap penyelenggaraan kepariwisataan
- d. Penggunaan modal
    - Penguatan struktur industri pariwisata
    - Peningkatan daya saing produk pariwisata
  - e. Jumlah pengunjung
    - Pengembangan kemitraan pemasaran pariwisata
  - f. Daya beli pengunjung
    - Pengembangan pasar wisatawan yang sesuai dengan kelas kluster
    - Pengembangan promosi pariwisata dengan paket-paket wisata budaya yang sesuai dengan hirarki kluster minat wisatawan

## KESIMPULAN

Wisata budaya Kota Surakarta memiliki kluster yang berbeda jika ditinjau dari minat wisatawan domestik dan asing. Hal ini akan berpengaruh terhadap strategi pengembangan dari pariwisata budaya di Kota Surakarta agar lebih optimal. Kluster tersebut menjadi peluang untuk pemangku kepentingan dalam mengembangkan wisata budaya di kota Surakarta agar sesuai dengan target pasar. Berdasarkan perumusan strategi pengembangan yang sesuai dengan kluster minat wisatawan tersebut terdapat urgensi untuk ditingkatkan promosi dari wisata budaya kepada masing-masing target seperti paket wisata berdasarkan minat masing masing kelas kluster.



## **DAFTAR PUSTAKA**

- Hidayah, Nurdin. (2017, November 5). Definisi Kegiatan Wisata, Pariwisata, dan Kepariwisata. Diakses dari <https://pemasaranpariwisata.com/2017/11/05/wisata-pariwisata-kepariwisataan/>
- Kota Surakarta. (2016). Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 9 Tahun 2016 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Surakarta Tahun 2016-2021.
- Pemerintah Indonesia. (2011). Peraturan Pemerintah nomor 50 tahun 2011 Tentang Rencana Indus Menurut Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025, Lembaran Negara RI Tahun 2009. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Pengertian Budaya Menurut Para Ahli Dilengkapi Dengan Unsur-Unsurnya. (2016). Seni & budaya.1
- Rahma, Femy N.(2013). Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Jumlah Obyek Wisata Dan Pendapatan Perkapita Terhadap Penerimaan Sektor Pariwisata Di Kabupaten Kudus. *Jurnal Ekonomi*,2(2), 1-9
- Roelandt TJA, den Hertog P. (1998). Cluster Analysis & Cluster-Based Policy in OECD-Countries: Various Approaches, Early Results & Policy Implications.
- Salah Wahab, Ph. D. 1992. Manajemen Kepariwisata. Penerbit Pradnya Paramita. Jakarta.
- Saso Korunovskia, N. M. (2013). Cultural tourism in Ohrid as a selective form of tourism, 1
- Tylor, E.B. 1974. Primitive Culture: Researches into The Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom. New York: Gordon Press. First published in 1871.
- Suwantoro, Gamal. (2004). Dasar-dasar Pariwisata. Yogyakarta: Andi Offset.