

KOTA FESTIVAL DAN SKEMA KEBIJAKAN WISATA DI KOTA SURAKARTA

Jurnal Analisa Sosiologi

Oktober 2020, 9(2): 478-492

Akhdad Ramdhon,¹ Heru Nugroho,² Arie Sujito²

Abstract

Tourism in Surakarta has a long dynamic in the attempt of contributing to the city development agenda. Based on tourism economic policy with MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) tourism strategy, city tourism is supported with cultural festival. A series of festival agendas is used to promote city and MICE tourism as the city governance attempt as the part of tourism development in decentralization era. This study explained art and cultural festival to support city tourism and its effect on the attempt of activating the economic. Primary data was collected with etnografi approach to a variety of city festival agendas, result of observation, in-depth interview, some related documents were review and analyzed. The result of research, Surakarta tourism policy along with cultural festival series becomes a cultural event supporting the tourist destination experiencing revitalization effort as well. The Spirit of Java becomes a policy node to support public participation in various festivals designed in regular event calendar. Tradition and history-based festival was recycled into creative works along with public enthusiasm in the platforms worked on grandiosely. The tourist visit rate affects the city's economy and infrastructural development scheme, becoming the long-term city policy. Surakarta transforms gradually into new spaces to tourism industry with big challenge to ensure the preservation of city tradition, and conservation of culture.

Keywords: *City, Desentralization, City Tourism, Festival City*

Abstrak

Pariwisata di Kota Surakarta mempunyai dinamika yang panjang dalam upaya untuk berkontribusi pada agenda pembangunan kota. Berbasis kebijakan ekonomi wisata dengan strategi pengembangan wisata MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) pariwisata kota yang ditopang festival budaya. Rangkaian agenda festival untuk mempromosikan kota dan wisata MICE sebagai upaya tata kelola kota sebagai bagian dari perkembangan pariwisata di era desentralisasi. Studi ini menjelaskan festival seni budaya untuk menopang pariwisata kota dan dampaknya bagi upaya menggerakkan roda ekonomi. Data primer diambil lewat pendekatan etnografis atas berbagai agenda festival kota, hasil observasi, in-depth interview, dan beberapa dokumen terkait direview dan dianalisis. Hasil dari studi ini, kebijakan pariwisata Surakarta dengan rangkaian festival budaya menjadi event budaya sekaligus menopang destinasi wisata yang juga

¹Department of Sociology, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

²Department of Sociology, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia

¹aramdhon@staff.uns.ac.id

mengalami upaya revitalisasi. The Spirit of Java menjadi simpul kebijakan untuk mendorong keterlibatan publik dalam berbagai festival yang dirancang dalam kalender event reguler. Festival dengan basis tradisi dan sejarah yang didaur ulang kembali menjadi kerja-kerja kreatif bersama antusiasme publik di panggung-panggung yang digarap dengan megah. Angka kunjungan wisatawan menjadi dampak bagi ekonomi kota dan skema pengembangan infrastruktur menjadi skema kebijakan kota jangka panjang. Kota Surakarta bertahap bertransformasi menjadi ruang-ruang baru bagi industri wisata dengan tantangan besar untuk memastikan kelestarian tradisi, dan budaya kota tetap terjaga dengan baik.

Kata kunci : Kota, Desentralisasi, Wisata Kota, Kota Festival

PENDAHULUAN

Otonomi daerah dalam implementasinya membuka ruang yang sangat luas bagi daerah, berbagai skema inovasi bagi pengembangan daerah serentak dirancang, dianggarkan untuk kemudian direalisasikan dalam sebuah semangat desentralisasi (UU No. 22/1999; UU No. 32/2004). Sistem perencanaan pembangunan adalah satu kesatuan perencanaan pembangunan untuk menghasilkan rencana-rencana pembangunan dalam jangka menengah dan panjang oleh unsur penyelenggara negara dan masyarakat (Sumarto, 2004; Wignosubroto, 2005). Potret tata kelola kekuasaan didaerah serta merta berubah, skema kebijakan yang menuntut partisipasi dalam beragam level menjadi mekanisme baru bagi proses pengambilan kebijakan ditingkat daerah. Antusiasme publik untuk terlibat dalam skema kebijakan beriringan dengan dorongan bagi birokrasi untuk membuka ruang bagi keterlibatan yang semakin luas dalam mekanisme tata kelola kota yang baru (World Bank, 2003).

Skema desentralisasi mengatur mekanisme transfer fungsi dalam hirarki pemerintah pusat ke daerah melalui pergeseran beban kerja tanggung jawab kepada unit-unit administrasi lokal. Proses pendelegasian serta pelimpahan kewenangan kepada daerah atau lembaga fungsional sekaligus mendorong *transfer of functions from government to non-government controls* yaitu pergeseran tanggung jawab untuk kegiatan dari sektor publik kepada organisasi swasta (Hambleton dan Gross, 2007). Termasuk desentralisasi ekonomi yang membuka ruang seluas-luasnya bagi pasar dan upaya *privatization of state enterprises* maupun *public-private*

partnerships (Cheema dan Rondinelli, 2007). Dinamika kota pasca pelaksanaan otonomi daerah mempunyai kewenangan untuk mengembangkan kebijakan berbasis kebutuhan lokal. Diantara beragam strategi yang ada, pengembangan pariwisata menjadi salah satu strategi pengembangan kota dengan upaya mempromosikkan kota yang beridentitas budaya dan pariwisata yang menjadi spirit kolektif.

Di Surakarta, berbagai event wisata dalam berbagai lapis segmen dikreasikan untuk menstimulasi kunjungan wisata: paket festival seni, budaya, performance menjadi pelengkap agenda conference maupun meeting (MICE). Komitmen tersebut mesti ditopang dengan agenda untuk mengembangkan fasilitas yang ada, merevitalisasi aset-aset kota dalam rangka repacking-konservasi. Termasuk penguatan stake holder untuk menjadi bagian dari kerja kolektif mempromosikan wisata kota dan bersambut dengan antusiasme warga yang kemudian terlibat secara aktif didalamnya (Dexter, 1999; Noor, 2007). Berbagai agenda untuk mendorong dan menjadikan wisata sebagai upaya bersama mempromosikan potensi daerah dilakukan sekaligus wisata diharapkan memberi dampak ekonomi secara luas. Temuan awal pada beberapa studi menunjukkan agenda wisata yang dikelola dengan basis kemitraan antar daerah menjadi simpul kebijakan antar pemerintah daerah. Pilihan kota untuk mengembangkan beragam kegiatan meeting, incentives, conference dan exhibition dalam berbagai skala menjadi strategi dalam mengimplementasikan praktek otonomi daerah ditingkat lokal.

Wisata Surakarta dirancang untuk diintegrasikan bersama potensi wisata disekitarnya, dimana simpul promosi bersama kemudian menjadi strategi untuk mempromosikan dan menjadi praktek kemitraan antar daerah (Marie, 2008; Mandarika, 2013). Strategi dan upaya yang dilakukan oleh aktor maupun organisasi kota yang memastikan kerangka kerja kreatif maupun agenda wisata MICE jadi simpul strategis kota (Mahadi dan Hidayat, 2013; Priyatmono, 2013; Nur Fatah dan Tri, 2020) dalam mengafirmasi pariwisata di ranah publik. Rangkaian festival menjadi upaya untuk mengembangkan aset kota dalam konteks wisata yang diharapkan dapat berdampak peningkatan pendapatan daerah. Untuk itu, studi ini

hendak mengurai upaya proses strukturasi kota Surakarta dalam strategi pembangunan wisata kota dengan kerangka kebijakan yang ada. Memakai analisa Giddens dalam mengurai kota maka kerangka analisa atas dinamika kota akan terkait hubungan yang dinamis antara aktor dan struktur kebijakan (Giddens, 1984: 5-7). Gagasan strukturasi akan menjadi pondasi untuk melihat dinamika aktor dan kepentingan kota, dimana perubahan kota yang ada bisa dilacak analisisnya dari transisi desentralisasi dan proses demokratisasi yang berjalan dalam struktur kota (Loyal, 2003: 52-53).

METODE PENELITIAN

Latar kajian kota memungkinkan untuk mengembangkan pendekatan *extended participant* untuk mengakses dan menganalisa berbagai latar agenda dan event kota. Lewat pendekatan etnografi sebagai upaya untuk memahami tindakan aktor, kelompok maupun organisasi dalam bingkai nilai, praktek maupun target tindakan tersebut (Ocejo, 2013). Upaya memahami semua kondisi tersebut memberi konteks bagi usaha mengurai beragam narasi serta gejala kebudayaan nan kompleks. Budaya kota mesti diurai dengan fragmen-fragmen yang bisa dilihat dari luar (simbol, kepentingan, makna maupun kebijakan) lewat ruang-ruang ekspresi diranah publik. Untuk itu, merentang dinamika kota Surakarta beragam perubahan yang terjadi di Surakarta lewat *flexible research strategy*. Strategi yang memungkinkan mengurai serta menarasikan berbagai dinamika kota lewat *setting* atas berbagai peristiwafestival diranah kota, mengkonstruksi keterlibatan *aktor* beserta kepentingannya.

Observasi pada berbagai paket festival kota dan rangkaian sesi wawancara untuk mengurai pola aktor dan kepentingannya atas kota, lewat cara pandang informan atas kota dalam konteks kepentingan yang luas dianalisis dalam kontestasinya diruang-ruang sosial struktur kota yang dinamis (Davies, 1999: 178-189). Sedangkan pada level yang berbeda, analisa atas hubungan individu dengan individu, kelompok maupun organisasi kemudian diberi kerangka pada dimensi kepentingan aktor pada level kota. Pendekatan *organizational analysis* adalah mendeskripsikan, menjelaskan, memprediksi, dan mengendalikan praktek nilai-nilai individu

sekaligus kepentingan kolektif yang terorganisasi (Rosenstiel dalam Flick, Kardorff dan Steinke, 2004: 129-136). Mengkombinasikan analisa pada dua level aktor dan organisasi memungkinkan mengurai berbagai nilai, norma maupun tindakan yang merepresentasikan beragam gejala kota.

Dimana kajian dan analisis atas bahan-bahan dokumentasi beragam informasi yang merekam agenda kota selama dua dekade akan menjadi proses yang penting, untuk melihat dinamika, kontestasi dan wacana publik yang menjadi latar bagi berbagai persoalan yang mengemuka diruang-ruang kota. Dinamika wacana publik yang difilter dalam kerangka peta aktor-kota, baik dilevel birokrasi, legislative, pengusaha, asosiasi professional maupun budayawan, setidaknya akan menempatkan periode tematik yang terbentuk diranah publik (Davies, 1999 : 72-76; Ocejo, 2013). Peneliti juga mereview dan menganalisis berbagai dokumen dalam berbagai bentuk publikasi, kliping media cetak yang secara khusus disediakan dan bisa diakses di Litbang Solopos maupun laporan yang bisa diunduh menjadi informasi yang mendukung berbagai narasi transisi kota di periode awal kota Surakarta, yang memang dipublikasikan secara luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kota Surakarta yang mempunyai latar sejarah, sejak awal menegaskan program Berseri Menuju Wawasan Pembangunan *Sala Kuncara* yang diterjemahkan dalam program dasar kebersihan, kesehatan, kerapian dan keindahan (Instruksi Walikota Madya Dati II Surakarta No. 660/8/1985). Dimana sasaran utamanya dalam jangka panjang Surakarta sebagai kota budaya, Surakarta sebagai kota pariwisata dan Surakarta sebagai kota olahraga. Skema pengembangan pariwisata mempunyai modal sejarah panjang kota yang ditandai dengan keberadaan Keraton Surakarta, Pura Mangkunegaran, Museum Radyapustaka, Taman Bale Kambang, Taman Sriwedari, Taman Satwa Taru Jurug serta dengan berbagai ritus kebudayaan yang hadir seperti Sekaten, Grebeg keraton hingga Maleman Sriwedari . Program Berseri Menuju *Sala Kuncara* yang dirilis sebagai skema kota yang mengandung unsur-unsur kebersihan, kesehatan, kerapian

dan keindahan kota. Sekaligus penegasan gagasan *Tri Krida Utama* yang telah sebagai kota budaya, pariwisata dan olahraga yang didukung layanan jasa, perdagangan, dan industri sesuai rencana pembangunan nasional maupun regional Propinsi Jawa Tengah (BPS Jawa Tengah 2004; Wignosubroto, 2005).

Desentralisasi yang dimandatkan UU No. 22/1999 menjadi pondasi kebijakan kerjasama dan kemitraan pemerintah daerah untuk membangun kapasitas dalam perencanaan, membangun lingkungan usaha yang kondusif dan strategi pengembangan ekonomi wilayah se-Subosukawonosraten lewat fasilitasi pembentukan kelompok kerja pariwisata Solo Raya (Noor, 2007; Mandarika, 2013). Merujuk pada program kemitraan antar Pemerintah Kota/Kabupaten lewat pariwisata dan upaya mempromosikan Provinsi Jawa Tengah sebagai pintu masuk wisatawan (Perda No. 14/2004, Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Propinsi Jawa Tengah). Maka skema program difasilitasi GTZ-Red dan kerjasama BKAD Subosukawonosraten membentuk *regional-branding* sebagai bentuk identitas wilayah dan upaya pengembangan ekonomi wilayah dalam skala regional. Tagline *Solo, The Spirit of Java* akhirnya disepakati sebagai identitas wilayah Subosukawonosraten dengan tujuan memacu efektifitas perdagangan, pengembangan pariwisata dengan menambah atraksi wisata kawasan, menarik penyediaan infrastruktur dalam bentuk properti dan memacu investasi di sektor riil diranah kota (Dexter, 1999; Merthens, 2008).

Kebijakan mempromosikan wisata di Solo Raya, menjadi kerja bersama Pemerintah Daerah guna kemajuan wilayah, baik dalam aspek sosial, ekonomi maupun budaya dalam konteks desentralisasi. Skema pariwisata dan budaya serta merta menjadi penggerak agenda pengembangan kota, mengembalikan kota sebagai kota yang beridentitas wisata budaya serta spirit kolektif untuk kemudian ikut menggerakkan denyut perdagangan, jasa maupun pendidikan. Skema kota pada akhirnya menggerakkan rantai nilai wisata MICE yang dimulai dari program kota untuk mempromosikan dan mendistribusikan informasi lewat beragam media, fasilitasi infrastruktur kota yang ada (GTZ, 2007; GTZ, 2009). Ruang-ruang kota berbenah dengan program fisik yang dicanangkan oleh Kota Surakarta untuk mengembalikan spirit dan daya tarik bagi publik. Selain berbagai

tempat tersebut yang telah berubah menjadi obyek wisata, tawaran akan daya tarik wisatapun dapat diperoleh lewat event-event wisata yang mengkombinasikan berbagai pelaksanaan agenda-agenda tradisi yang telah dikelola dan dikemas sebagai bagian dari obyek wisata kota (*cultural event*).

Rangkaian agenda festival digelar sebagai bagian dari pengembangan kota sebagai daya tarik baru untuk wisatawan. Penyelenggaraan Solo Festival, Bon Rojo Festival, Bengawan Solo Festival, berbagai event Kirab Budaya, hingga Festival Keraton Nusantara yang digelar akan menjadi program rutinitas tahunan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Surakarta. Kebijakan tersebut, bersamaan dengan pembinaan terhadap jasa usaha pariwisata kemudian dilakukan secara intensif, penyuluhan terus menerus oleh Pokdarwis (Ramdhon, 2016: 185-195). Termasuk agenda pemilihan Putra-Putri Solo secara yang digelar tiap tahun hingga dibentuknya PT. Solo Raya sebagai media promosi dan pengembangan jejaring pariwisata secara internasional, menjadi bagian yang tak terpisahkan dari program pengembangan pariwisata kota Surakarta. Agenda dan program kota berupa peningkatan pola-pola pembinaan dan pelestarian terhadap berbagai sanggar seni dan paguyuban kebudayaan tradisional.

Rangkaian agenda *cultural event* menjadi upaya untuk menjawab beragam tantangan atas pelestarian tradisi sekaligus promosi kota untuk memaknai tradisi dalam ranah kultural masyarakat modern lewat skema pariwisata. Upaya memperkuat karakter kota dan melestarikan aset-aset budaya, baik yang *tangible* (bendawi) maupun *intangibile* (tak bendawi) hingga melakukan pengembangan *brand image* kota dengan melakukan penataan kawasan wisata, budaya dan perdagangan, hadir dalam semua program tersebut (Richard, 2004; Valentine, 2007). Skala event secara internasional dikreasi dengan basis jejaring seni-budaya kota yang ada mengkreasi Solo Internasional Etnic Music dan Internasional Etnic Music yang menjadi event reguler bersama Solo Batik Carnival dan Solo International Performing Art sebagai upaya mendaur ulang budaya dan tradisi kota. Antusiasme yang besar atas pelaksanaan festival kemudian meledakkan semuanya pada titik yang tak terhitungkan dan memastikan

pilihan kebijakan kota untuk menjadikannya sebagai paket regular yang menarik bagi wisatawan.

Beragam event dihadirkan untuk menunjang kegiatan tersebut, mulai kunjungan lapangan, seminar, workshop, pameran, hingga karnaval untuk mempromosikan kota secara luas. *Calender Event Surakarta* menjadi panduan informasi yang berisi jadwal rangkaian festival mulai dari festival yang sudah menjadi tradisi di Surakarta seperti Wilujengan Boyong Kedhaton (Keraton Kasunanan Surakarta), Sekaten (Alun-alun Utara), Grebeg Mulud (Masjid). Kemudian Wiyosan Dalem Tinggalan Jumenengan Dalem ISKS XIII, Keraton Art Festival, Malem Selikuran (Sriwedari), Agenda Tatacara Adang (Gondorasan Kraton Kasunanan Surakarta), Mahesa Lawung (Keraton Kasunanan Surakarta Hutan Kredhawahan), Grebeng Besar (Masjid Gedhe), Wiyosan Jumenengan SPKGPAA Mangkoe Nagoro (Mangkunegaran) hingga Kirab Malam 1 Suro yang diikuti ribuan warga Soloraya. Festival yang kemudian diinisiasi antara lain Pekan Syawalan, Bengawan Solo Gethek Festival, Grebeg Sudiro, Solo Karnaval, Festival Kuliner, Seni Kampung Solo, Kreatif Anak Sekolah Solo, Festival Dolanan Bocah, Solo Batik Fashion hingga Solo Keroncong Festival.

Rangkaian Pemilihan Putra-Putri Solo, Bengawan Travel Mart, Solo Menari, Solo Batik Carnival menjadi bagian dari promosi kota yang lebih luas bersama festival Solo Internasional Etnic Music, Internasional Etnic Music, maupun Solo International Performing Art. Agenda festival kota kemudian meriah bersamaan dengan beragam agenda publik dengan tema budaya dan wisata, ruang-ruang publik kota dipenuhi dengan warga kota yang antusias untuk menonton rangkaian pertunjukan seni budaya. Publikasi yang massif dilakukan dalam berbagai media resmi maupun media publik sehingga mudah menjangkau masyarakat luas. Keberadaan pertunjukan yang memang disediakan sebagai event budaya kota dirancang sedemikian rupa untuk menarik publik secara luas. Pilihan tempat-tempat publik yang luas dan strategis menjadi kunci bagi akses penonton serta pilihan teknis pelaksanaan diakhir pekan merupakan jadwal strategis. Ratusan bahkan ribuan penonton yang didominasi anak muda memenuhi ruang-ruang gratis yang disediakan sebagai bagian dari atraksi wisata kota yang baru.

Pembahasan

Simpul agenda yang dirancang bertemakan *Solo the Past is Solo the Future* sebagai penanda perubahan kebijakan kota dalam mempromosikan kota dengan konsep wisata MICE. Orientasi kinerja tersebut tidak terlepas dari kebijakan wisata dan ekonomi daerah yang diarahkan untuk pembangunan infrastruktur yang mampu menunjang perekonomian daerah khususnya sektor riil. Upaya tersebut juga meningkatkan investasi dan meningkatkan kesempatan kerja melalui peningkatan kualitas potensi wilayah dan pemberdayaan masyarakat. Selain itu skema wisata MICE didorong untuk masuk dalam dokumen perencanaan pariwisata seperti Perda, RIPDA, maupun Renstra sebagai kebijakan pengembangan kepariwisataan sebagai forum lintas aktor. Termasuk upaya sinkronisasi dengan tata ruang mengingat keberadaan venue-venue MICE tidak bisa terlepas dari fungsi tata Kota/Kabupaten dan penguatan kelembagaan asosiasi sebagai aktornya. Untuk itu, rekomendasi kebutuhan kota untuk menopang MICE juga diajukan, atraksi disiapkan dan rancang bangun kebijakan didorong untuk daya dukung aksesibilitas, pengembangan fasilitas maupun organisasi penyelenggara kegiatan.

Momentum untuk mempromosikan kota dan menempatkan pengelolaan rangkaian festival menjadi bagian dari prioritas kebijakan kota berbasis wisata dan kemitraan ditingkat lokal. Kota kemudian menjadi gambaran perubahan yang terjadi sebagai konsekuensi dari dinamika aktor, kelompok, lembaga, kepentingan maupun kekuasaan untuk berkontestasi satu sama lain (Giddens, 1984: 25-27). Ditopang oleh stakeholder bisnis kota maka komitmen untuk melakukan tata kelola sebagai venue-venue MICE, kreasi atraksi wisata, pengelolaan event dan penunjangnya. Kerja-kerja aktor maupun organisasi profesional FEDEP, KADIN, PHRI, ASITA, BPPD maupun Pokdarwis menjadi penopang agenda Pemkot Surakarta. Stakeholder secara aktif kemudian mengambil porsinya masing-masing dalam rangkaian festival seni budaya dan warga yang melibatkan publik, baik sebagai penonton, volunteer, event organizer, biro iklan, hingga media yang aktif menarasikannya bagi khalayak (Mandarika, 2013; Cheema dan Rondinelli, 2007).

Skema kemitraan aktor dan kelompok ekonomi dirancang bersama lewat fasilitasi GTZ-Red lewat skema pengembangan wilayah dan menjadikan wisata sebagai salah satu simpul penting kawasan BKAD Subosukawonosraten. Fasilitasi kelembagaan FEDEP (Forum for Economic Development and Employment Promotion) dan BPPD (Badan Promosi Pariwisata Daerah) menjadi penyangga utama branding *Solo the Spirit of Java* yang menjadi identitas wilayah, fasilitasi pembentukan Kelompok Kerja Pariwisata Solo Raya dan membentuk lembaga promosi bersama berupa PT Solo Raya (GTZ, 2007; GTZ, 2009). Kebijakan promosi kota dan wisata MICE mendorong afirmasi aktor, kelompok maupun organisasi ekonomi bisnis dalam kemitraan dan kelembagaan untuk mengakselerasi ekonomi lokal. Proses pengambilan kebijakan kota secara otomatis makin demokratis bersama tuntutan demokrasi lokal dan makin inklusif menjadi ruang luas bagi keterlibatan stakeholder kota tanpa terkecuali, kelompok masyarakat dengan latar ekonomi (Giddens, 1984; Hambleton dan Gross, 2007).

Rangkaian festival seni dan budaya kota menjadi bentuk dari komitmen dan implementasi kebijakan kota dalam mengelola dan melestarikan budaya yang ada dengan spirit kolektif *Solo The Spirit of Java* yang telah dideklarasikan peningkatan kegiatan ekonomi dirancang melalui optimalisasi potensi wisata, dan mengembangkan kearifan lokal (Perda No. 2/2008). Skema kerja tersebut tentu saja bagian dari implementasi komitmen yang hadir dalam dokumen RPJMD Tahun 2005–2025 (Perda No. 2/2010) menegaskan arah kebijakan pengembangan kota ditegaskan akan mencakup fungsi pariwisata dan budaya. Ruang-ruang kota berubah dengan agenda pengembangan kawasan inti-kota dengan kebutuhan optimalisasi potensi pelayanan pariwisata budaya; perdagangan dan jasa. Kawasan inti kota Surakarta menjadi kawasan strategis dari aspek ekonomi dan budaya meliputi kawasan Balaikota, Pasar Gedhe, Keraton Kasunanan, Pasar Klewer, Coyudan hingga koridor Gatot Subroto sebagai pusat perdagangan, ekonomi, dan budaya.

Proses strukturasi kebijakan kota dirancang dan berorientasi ekonomi perdagangan yang kompetitif dalam kawasan bisnis-kota sekaligus memberi kenyamanan bagi pelaku usaha (Perda No. 1/2012). Konteks

rancang ruang yang ada lalu ditopang dengan RIP Kepariwisata Daerah 2016-2026, yang menetapkan kawasan strategis utama meliputi Keraton Surakarta-Pasar Gede, Baluwarti hingga Alun-Alun Utara (Perda No. 13/2016; Perda No. 5/2017). Implementasi program wisata MICE berimbas pada berkembangnya agenda di Surakarta, setidaknya tercatat pertemuan sebanyak 3.425 pada tahun 2009, 3.486 pada tahun 2010 dan 3.858 pada tahun 2011; seminar/confrence sebanyak 180 pada tahun 2009, 162 pada tahun 2010 dan 157 pada tahun 2011; pameran/exhibition sebanyak 36 event pada tahun 2009, 38 pada tahun 2010 dan 40 pada tahun 2011 (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2012). Kondisi tersebut berimbas secara langsung secara ekonomis bagi ekonomi makro Surakarta yang menjadikan sektor jasa dan perdagangan berbasis wisata MICE. Kontribusi wisata MICE secara tidak langsung memberikan kontribusi terhadap PAD dan menstimulasi sektor rill.

Sehingga kinerja perekonomian meningkat, tahun 2009 pertumbuhan ekonomi dengan angka sementara adalah 5,9% meningkat dibandingkan dengan 2008 sebesar 5,69% (LKPD Walikota Surakarta, 2010). Sedangkan rangkaian kegiatan wisata MICE yang ada, diikuti data pertumbuhan ekonomi pada tahun 2009/5,90%, 2010/5,94%, 2011/6,04% sedangkan 2012 sebesar 5,76%, 2013/5,4% dan tahun 2014 sebesar 5,60% (Bappeda Surakarta, 2015). Oleh karenanya, kebijakan pengembangan kawasan kota untuk menjadi pusat pelayanan kota dengan fungsi utama sebagai pusat pemerintahan, pariwisata, perhotelan dan keuangan menjadi prioritas. Sektor jasa dan pariwisata menjadi lokomotif pertumbuhan ekonomi yang skema pengembangan kebijakan akselerasi dan peningkatan oleh Pemerintah Kota Surakarta. Festival kota menjadi bagian wisata MICE menjadi magnet terbesar pariwisata Surakarta, tercatat jumlah wisatawan pada 2015 tercatat 4.142.785, tahun 2016 naik menjadi 4.395.550 wisatawan, 2017 tercatat 4.503.245 wisatawan. Sedangkan tahun 2018 tercatat 4.695 wisatawan dan akhir tahun 2019 sudah mencapai 3.665.811 wisatawan yang berkunjung (Dinas Pariwisata Kota Surakarta, 2019).

Struktur kebijakan kota yang mengafirmasi pariwisata sebagai strategi kota dalam upayanya meningkatkan pendapatan daerah di era desentralisasi akhirnya ditetapkan. Kebijakan mulai dari RPJMD 2005-2010 (Perda No.

2/2007), RPJMD 2010-2015 (Perda No. 12/2010) yang terhubung dengan RPJMD 2016-2021 menjadikan wisata dan budaya sebagai benang merah untuk mewujudkan Surakarta sebagai kota budaya, mandiri, maju dan sejahtera (Perda No. 9/2016). Kebijakan tersebut merupakan kerja jejaring aktor pegiat wisata dan termasuk didalamnya adalah mandat pengembangan tim ekonomi kreatif yang mewakili birokrasi, akademisi, pelaku bisnis, maupun komunitas sebagai kelompok kerja yang melaksanakan implementasi ekonomi kreatif kota. Pola relasi kerja stakeholder yang sama juga berlaku layaknya pada beberapa model kolaborasi aktor dan stakeholder dengan agenda ekonomi bisnis kota, lewat beragam bentuk agenda yang dikreasi secara struktural kota (Loyal, 2003). Wajah akhir Kota Surakarta serta merta menjadi panggung festival nan megah bagi berbagai upaya untuk mempromosikan kota dan mengundang siapapun untuk datang. Skema kebijakan yang dirancang memberi panduan arah pengembangan kota untuk membenahi kebutuhan, kenyamanan dan daya dukung bagi agenda wisata MICE sebagai agenda strategis dengan festival sebagai ujung tombak.

KESIMPULAN

Dekade implementasi desentralisasi mentransformasi kota lewat upayanya membangun kota berbasis kemitraan stakeholder berorientasi wisata MICE. Termasuk pengembangan skema kebijakan jangka pendek maupun panjang, politik anggaran, orientasi baru ruang-ruang fisik kota hingga agenda kultural yang dirancang. Daur ulang agenda budaya dan wisata menjadi bentuk baru untuk mentransformasikan *Berseri Menuju Sala Kuncara* dengan skema yang berbeda dalam konteks kekinian di Surakarta. Tagline Solo The Spirit of Java menjadi spirit untuk mendaur ulang kekayaan budaya dan wisata serta pengembangan infrastruktur kota yang terintegrasi antar wilayah di Subosukawonosraten. Agenda pariwisata menjadi pondasi bagi penguatan ekonomi lokal sekaligus transformasi kota yang didasarkan pada pengelolaan sumber daya alokatif yang ada serta kewenangan otonom yang menjadi mandat desentralisasi (Hambleton dan Gross, 2007). Pilihan-pilihan mengembangkan skema wisata MICE yang

ditopang kebijakan yang mengintegrasikan agenda wisata, bisnis dan investasi dalam paket-paket proses strukturasi kebijakan kota.

Rangkaian festival seni budaya kota yang melibatkan aktor dan stakeholder menegaskan branding baru dari wisata kota yang mengikuti skema event seni budaya sebagai alternatif baru. Partisipasi pelaku seni, pelaku kreatif, bisnis, dan komitmen pengambil kebijakan berdampak pada rekapitulasi agenda reguler dalam *Calender Event Surakarta*. Dampak dari promosi yang kuat kemudian mentransformasi kota dalam antusiasme publik didalam rangkaian festival yang ada. Kunjungan ke Surakarta meningkat bersama paket agenda MICE yang dirancang dengan menjadikan festival kota sebagai bagian yang tidak terpisahkan. Reorientasi ruang kota yang dirancang untuk menopang kota dalam dalam kebutuhan jasa, perdagangan, wisata dan pendidikan secara otomatis menempatkan Surakarta menjadi salah satu pilihan untuk dikunjungi. Ujung dari antusiasme publik untuk menjadi bagian dari rangkaian festival seni budaya yang ada adalah peningkatan kunjungan, peningkatan konsumsi sektor riil, peningkatan okupasi hotel dan akumulasi Pendapatan Asli Daerah secara signifikan. Untuk itu, rekomendasi ke depan terkait kajian yang bisa dikembangkan untuk mendalami dinamika kota antara lain melakukan kajian pada dinamika aktor menjadi tantangan untuk mengurai kebijakan yang dikembangkan lewat ruang-ruang demokrasi lokal. Termasuk upaya untuk menjelaskan kontestasi kebijakan kota bersamaan dengan arus politik elektoral yang secara reguler menjadi bagian dari implementasi desentralisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bappeda Surakarta, 2015. *Kajian Dampak Penyelenggaraan Event Wisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kota Surakarta*. Pemkot Surakarta
- Bappeda Surakarta. 2017. *Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Surakarta 2017-2021*. Pemkot Surakarta
- Cheema, G. Shabbir dan Dennis A. Rondinelli. 2007. *Decentralizing Governance, Emerging Concepts and Practices*. Ash Institute for

- Democratic Governance and Innovation. John F. Kennedy School of Government. Harvard University*
- Dexter, Gail. 1999. *The Power of Cultural Tourism*. Lord Management
- Flick, Uwe. Ernst von Kardorff dan Ines Steinke. 2004. *A Companion to Qualitative Research*. SAGE publications
- Giddens, Anthony. 1984. *The Constitution of Society Outline of the Theory of Structuration*. Polity Press
- GTZ, 2007. *Solo Raya A Strategy for Tourism Development*. GTZ Red
- GTZ, 2009. *Kajian Pasar dan Basis Data Wisata MICE Solo*. GTZ Red
- Hambleton, Robin dan Jill Siomone Gross (edt). 2007. *Governing Cities in A Global Era : Urban Inovation, Competition, and Democratic Reform*. Palgrave
- Krisnawati, E. 2015. *Citra Pesona Kota Surakarta Dalam Upaya Mewujudkan Destinasi Wisata Terkait Obyek Wisata Yang Ada*. Jurnal Teknik Sipil dan Arsitektur, Volume 16 (20). <http://ejournal.Utp.Ac.Id/Index.Php/Jtsa/Article/View/358>
- Mahadi, Khairul dan M. Teguh Hidayat. 2013. *Strategi Pengembangan Kota Surakarta Menjadi Kota MICE*. Jurnal Planesa Volume 4, Nomer 2
- Maitland, Robert. 2009. *City Tourism. National Capital Perspective*. CAB
- Mandarika, Angela Yerina. 2013. *City Branding: Towards The Understanding of Different Stakeholders. Case Study : Solo, The Spirit of Java- Central Java, Indonesia*. Urban Management and Development Rotterdam
- Marie M, Jana. 2008. *Regional Marketing, an Inovative Approach in the Context of Local and Regional Economic Development*. GTZ Red
- Noor, Ary. 2007. *Globalisasi Industri MICE*. Alfabetha
- Nur Fatah, Adi dan Tri Yuniningsih. 2020. *Efektivitas Organisasi Badan Promosi Pariwisata Daerah Surakarta*. Journal Of Public Policy And Management Review, Vol 9 No 1. DOI: 10.14710/jppmr.v9i1.26373

- Ocejo, E Richard. 2013. *Ethnography and The City. Reading on Doing Urban Fieldwork*. Routledge
- Priyatmono, Alpha Febela. 2013. *Dari Wisata Kreatif Menuju Solo Kota Kreatif*. Jurnal Sinektika Vol. 13 No. 2
- Ramdhon, Akhmad. 2016. *Merayakan Negara Mematrikan Tradisi. Narasi Perubahan Kampung Kota di Surakarta*. Litera
- Richard, Greg dan Wilson, Julie. 2004. *The Impact of Cultural Event of City Image*. Urban Studies, Vol 41
- Spradley, P James. 1996. *Metode Penelitian Etnografi*. Tiara Wacana
- Sumarto, Hetifah Sj. 2004. *Inovasi, Partisipasi dan Good Governance: 20 Prakarsa Inovatif dan Partisipatif di Indonesia*. YOI
- Valentine, Peter S-Larsen dan Kathryn A. 2007. *Partnerships in Protected Area The Role of Organizational Culture in the On-Ground Implementation of Tourism*. Organization Environment 20; 460
- Wignosubroto, Soetandyo. dkk. edt. 2005. *Pasang Surut Otonomi Daerah, Sketsa Perjalanan 100 Tahun*. Institute for Local Development dan Tifa Foundation.
- World Bank. 2003. *Decentralizing Indonesia: A Regional Public Expenditure Review Overview Report*. World Bank East Asia Poverty Reduction and Economic Management Unit