

**TAHAP PEMBERDAYAAN  
KAMPUNG WISATA BERBASIS  
POTENSI DAN KEARIFAN LOKAL**

*Jurnal Analisa Sosiologi*

April 2021, 10 (1): 232-242

**Siti Zunariyah<sup>1</sup>, Akhmad Ramdhon<sup>2</sup>, Argyo Demartoto<sup>3</sup>**

**Abstract**

*Tourism sector has grown to be the superior one with the fastest growth in the world and has been a locomotive of economic growth. Setabelan, Surakarta attempts to develop a culture and locality-based tourism village. This action research aims to analyze the process of empowering villagers conducted in participative manner by involving stakeholders with Friedman's community empowerment theory. The result of research shows that community empowering process was conducted through the stage of producing citizens' knowledge on village's history, potency, need, and problem. The result of knowledge production was used as the data to design workshop to citizens through Focus Group Discussion (FGD) mechanism. A series of workshops have been implemented because people have interest in packaging the village's cultural potency as tourist attraction. Citizens' cultural potency was packaged in the forms of village profile book, village diary, documentary video, village sketch, Open Street Map (OSM) and infographic published through website and social media in order to be accessible broadly. Thus, empowering village through the potency owned in cultural context will provide knowledge, belief, understanding, and custom or habit or ethics guiding human behavior in living within its community.*

**Keywords:** *Empowerment, Tourism Village, Culture and Locality.*

**Abstrak**

Sektor pariwisata telah tumbuh menjadi sektor unggulan dengan pertumbuhan tercepat di dunia dan menjadi lokomotif pertumbuhan ekonomi. Setabelan, Surakarta berupaya mengembangkan kampung wisata berbasis budaya dan lokalitas. Action research ini bertujuan untuk menganalisa proses pemberdayaan warga kampung yang dilakukan secara partisipatif dan melibatkan para *stakeholders* dengan teori pemberdayaan masyarakat dari Friedman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui tahap produksi pengetahuan warga tentang sejarah, potensi, kebutuhan dan problem kampung. Hasil produksi pengetahuan digunakan sebagai data untuk merancang workshop bagi warga melalui mekanisme *Focus Group Discussion* (FGD). Rangkaian workshop terlaksana karena masyarakat punya kepentingan untuk mengemas potensi budaya kampung sebagai daya tarik wisata. Potensi budaya warga dikemas dalam bentuk buku profil kampung, *diary* kampung, video dokumenter, sketsa kampung, peta *Open Street Map* (OSM) maupun infografis dipublikasikan melalui *website* dan media sosial agar dapat diakses secara luas. Dengan demikian memberdayakan kampung melalui

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Sosiologi FISIP Universitas Sebelas Maret Surakarta

<sup>1</sup> zunariyah@gmail.com

potensi yang dimiliki dalam konteks budaya akan memberi bentuk pengetahuan, keyakinan, pemahaman serta adat kebiasaan atau etika yang menuntun perilaku manusia dalam kehidupan di dalam komunitasnya.

**Kata kunci: Pemberdayaan, Kampung Wisata, Budaya dan Lokalitas.**

## PENDAHULUAN

Sejak Akhir 1960-an, sebagian besar negara-negara sedang berkembang memfokuskan pengembangan ekonomi mereka pada sektor pariwisata. Strategi ini adalah bagian dari upaya mengurangi ketergantungan negara-negara tersebut pada ekspor produk primer yang berbasis pada sumberdaya alam, sehingga sektor pariwisata mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan nasional (Scheyvens, 2011). Sektor kepariwisataan di Indonesia telah tumbuh menjadi sektor unggulan dengan pertumbuhan tercepat di dunia dan menjadi lokomotif pertumbuhan ekonomi. Bahkan sektor pariwisata terbukti mampu memberi kontribusi sebesar 9,5% pada Produk Domestik Bruto (PDB) global. Bahkan negara di wilayah Asia-Pasifik berhasil menempatkan pariwisata sebagai kontributor lebih dari 50% dari total pendapatan nasional (Jeyacheya, 2013; Royle, 2001). Pariwisata juga terbukti pro terhadap perkembangan ekonomi kerakyatan, melalui *Community Based Tourism* (CBT), pariwisata mampu menjadi pendorong kemajuan perekonomian rakyat di pedesaan, di antaranya: mampu meningkatkan penghasilan masyarakat; membuka peluang kerja; meningkatkan kesempatan berusaha; meningkatkan kepemilikan dan kontrol masyarakat lokal terhadap pengelolaan sumber daya desa; serta meningkatkan pendapatan pemerintah melalui retribusi wisata dan lain sebagainya (Hermawan, 2016).

Pembangunan sektor kepariwisataan di Indonesia secara nyata telah memberikan bukti berupa devisa yang sangat besar. Menteri Pariwisata Republik Indonesia, Arief Yahya menjelaskan bahwa sektor pariwisata pada 2019 diharuskan dapat berkontribusi pada PDB nasional sebesar 8% dengan besaran devisa Rp 240 triliun, penciptaan lapangan kerja untuk 13 juta orang dan kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 20 juta wisatawan manca negara. Pada tahun 2015 diproyeksikan mencapai 4% dengan devisa

Rp 155 triliun, penciptaan lapangan kerja 11,3 juta orang, pada 2016 diproyeksikan mampu berkontribusi 5% dengan devisa Rp 172 triliun, penciptaan lapangan kerja 11,7 juta orang, serta kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 12 juta orang. Hal ini menandakan bahwa optimisme pembangunan di sektor pariwisata begitu besar.

Desentralisasi memberikan ruang otonomi daerah yang luas untuk mengembangkan potensinya di sektor pariwisata. Hal ini mengacu pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional yang menegaskan pengembangan kegiatan ekonomi masyarakat melalui upaya optimalisasi potensi wisata dan kebijakan untuk melestarikan, mengembangkan dan mengapresiasi nilai-nilai kearifan lokal sebagai jati diri warga kota/kabupaten sekaligus menjadi pijakan wisata di daerah. Kota Surakarta mengimplementasikan komitmen tersebut dalam dokumen Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) 2005–2025 berupa pengembangan kota, spirit untuk mengembalikan kota sebagai kota yang beridentitas budaya (pariwisata) yang menjadi spirit kolektif sehingga mampu menggerakkan denyut perdagangan, jasa maupun pendidikan. Skema tersebut terwujud melalui komitmen lahirnya Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Usaha Pariwisata.

Kota Surakarta mempunyai beragam strategi untuk mengembalikan kota yang beridentitas budaya dan pariwisata yang menjadi spirit kolektif. Dengan beragam modal baik sejarah, destinasi, agro hingga spiritualitas yang mampu menjadi daya tarik bagi wisatawan (Walsh, Jamrozy, & Burr, 2001). Berbagai event wisata dalam berbagai lapis segmen dikreasikan untuk menstimulasi kunjungan wisata : seni, budaya, *performance*, *conference* maupun *meeting*. Revitalisasi aset-aset kota dilakukan dalam rangka *repacking*-konservasi untuk penguatan *stakeholders* agar menjadi bagian dari kerja kolektif mempromosikan wisata kota. Semua agenda-agenda tersebut bersambut dengan antusiasme warga untuk terlibat secara aktif dalam proses pengembangan pariwisata (Robson & Robson, 1996; Freeman, 2010). Oleh karena itulah dibentuk Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) melalui Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 13 Tahun

2016 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2016-2026.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kota Surakarta, kunjungan wisatawan di Surakarta tahun 2011, tercatat sebanyak 1.732.273 naik dari tahun 2015 yang tercatat sebanyak 1.016.496 orang sehingga meningkat signifikan sebesar 70,41%. Sedangkan, untuk kegiatan berupa pertemuan, konferensi dan pameran pada tahun 2015-2016 adalah 4.055 kegiatan meningkat 10% dibanding tahun sebelumnya 3.686 kegiatan. Untuk itu, Badan Promosi Pariwisata Indonesia Surakarta, mencanangkan target kunjungan yang sebelumnya mencapai 1,07 juta menjadi 2,5 juta pada 2011.

Pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan sektor pariwisata menjadi strategi dalam rangka mendukung otonomi daerah. Hal ini sejalan dengan teori pemberdayaan oleh John Friedman menyebutkan bahwa pemberdayaan adalah proses kolaboratif (Friedman, 1992; Scott, Baggio & Cooper, 2008). Proses pemberdayaan menempatkan masyarakat sebagai aktor atau subyek yang kompeten dan mampu menjangkau sumber-sumber dan kesempatan. Masyarakat harus melihat diri mereka sendiri sebagai agen penting yang dapat mempengaruhi perubahan. Masyarakat harus berpartisipasi dalam pemberdayaan mereka sendiri, tujuan, cara dan hasil dirumuskan oleh mereka sendiri karena tingkat kesadaran merupakan kunci dalam pemberdayaan (Tosun, 2000). Pemberdayaan melibatkan akses terhadap sumber-sumber dan kemampuan untuk menggunakannya secara efektif (Hermawan, 2016). Sementara itu proses pemberdayaan bersifat dinamis, sinergis, berubah terus, evolutif, sehingga pemberdayaan dicapai melalui struktur-struktur personal dan pembangunan ekonomi secara paralel (Demartoto, 2018).

Keberadaan Pokdarwis menjadi strategis sebagai upaya untuk memberikan ruang partisipatif bagi warga. Berdasarkan rumusan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan proses pemberdayaan Pokdarwis dalam mengembangkan kampung wisata budaya yang berbasis pada pengetahuan lokal dan sistem informasi di Setabelan Surakarta. Melalui pengembangan desa atau kampung wisata, pariwisata juga terbukti meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat lokal, meningkatkan

kepedulian terhadap lingkungan, serta memotivasi masyarakat untuk lebih bangga terhadap identitas budayanya.

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan di kampung Setabelan Surakarta yang berupaya mengembangkan kampung wisata budaya. Dengan menggunakan metode *action research*, penelitian ini dilakukan dengan kerja sama antar individu sebagai anggota dari komunitas di kampung Setabelan untuk mengembangkan cara pemecahan masalah yang progresif. Penelitian ini merupakan bentuk refleksi diri secara kolektif yang melibatkan serangkaian kegiatan sehari-hari warga kampung Setabelan. Selain itu mereka terlibat dalam serangkaian kegiatan yang meliputi membangun akses dan jaringan, produksi pengetahuan lokal warga, penyusunan rencana tindak lanjut, membangun kesepakatan dan skala prioritas berbasis pengetahuan lokal warga, reproduksi pengetahuan dan workshop kampung, serta pemantauan dan evaluasi bersama para pihak (Greenwood & Levin, 2006).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Kota Surakarta merupakan kota yang berbasis sejarah tradisi yang panjang. Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat (1746) menjadi simpul terbangunnya sejarah kota yang melibatkan kolonialisasi di Hindia Belanda. Surakarta tumbuh dalam dinamika modern dengan investasi masa lalu. Proses transisi tersebut berjalan seiring beragam bentuk resistensi-konflik dan menyisakan relasi ekonomi, politik dan budaya yang paradoks. Artefak dan tradisi masa lalu tetap hadir dalam penggalan-penggalan keseharian warga kota yang juga telah mengadopsi kebudayaan modern, dimana kota bergerak mengikutinya. Kini, semua catatan sejarah dijadikan modal bagi pengembangan kota sebagai kota pariwisata, pendidikan dan budaya.

Proses pemberdayaan diawali dengan keinginan untuk berkontribusi bagi perubahan kota yang sangat cepat. Kekhawatiran atas perubahan yang terjadi di kota dan meninggalkan warganya dengan

situasi yang tak berdaya, memunculkan ide berupa sumbangsih untuk kota dalam mewujudkan kampung wisata budaya. Kesadaran tentang kota yang berubah, lokalitas kampung yang mulai terancam, hingga keinginan untuk menempatkan anak-anak muda beserta lokalitasnya sebagai subyek baru dari pengetahuan dan informasi tentang kota. Ide tersebut kemudian dikoneksikan dengan agenda stakeholder lainnya, yaitu Kelompok Sadar Wisata/Pokdarwis yang kelembagaannya terdapat diseluruh Kelurahan di Surakarta termasuk Kelurahan Setabelan. Proses ini memungkinkan koneksi yang lebih intens, dimana anak-anak muda/mahasiswa mempunyai akses ke warga secara langsung lewat fasilitasi Pokdarwis.

Setelah terbangun akses dan jaringan, maka proses *brainstorming* memungkinkan warga memahami lebih baik agenda yang telah dirancang bersama. Secara bersama-sama warga didorong untuk melakukan produksi pengetahuan tentang sejarah kampung mereka dengan menekankan pada aspek lokalitas dan pengetahuan lokal warga. Selain itu, menggali potensi, kebutuhan, harapan dan problem kampung juga dilakukan dengan berbasis pada pengetahuan warga dari berbagai struktur sosial maupun kelas sosial. Hal ini dimungkinkan agar pengetahuan yang dihimpun mampu merepresentasikan semua kepentingan yang ada. Dengan difasilitasi oleh anak muda dan Pokdarwis sebagai aktor kunci, maka proses produksi pengetahuan dapat dilakukan lebih natural dan partisipatif.

Tahapan dan proses dokumentasi yang dilakukan oleh anak-anak muda, dilakukan secara berkelompok. Dalam prakteknya kelompok-kelompok ini terbagi ke dalam beberapa titik kampung yang sedianya akan didokumentasikan. Prosesi ini sekaligus menginisiasi dua pendekatan akses ke kampung, pendekatan pertama yaitu kampung target berbasis aktor anak muda yang target dan pendekatan kedua yaitu kampung target dengan basis akses Pokdarwis. Skema tersebut dirancang untuk memastikan proses dan hasil dari dokumentasi tersebut akan kembali ke warga (*ownership*), sebagai bentuk pengetahuan atas kampungnya masing-masing. Mendokumentasikan kampung diharapkan bisa menjadi media komunitas (*community media*) yaitu media yang

hadir di dalam lingkungan masyarakat atau komunitas tertentu dan dikelola oleh dan diperuntukkan bagi warga komunitas tertentu (Pawito, 2007).

### **Pembahasan**

Tahap selanjutnya adalah pembahasan hasil produksi pengetahuan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) secara intensif kepada kelompok-kelompok sosial masyarakat yang relevan dengan topiknya. Melalui FGD, secara bersama-sama dalam relasi yang setara, warga berdiskusi untuk merumuskan rencana tindak lanjut dari proses produksi pengetahuan. Rencana tindak lanjut disusun berdasarkan skala prioritas dengan mempertimbangkan potensi dan kebutuhan warga. Berdasarkan hasil kesepakatan antar warga maka diperoleh beberapa potensi dan kebutuhan kampung terkait dengan ide pengembangan kampung wisata budaya. Potensi yang dimiliki warga berupa potensi kuliner khas kampung yang dikenal luas dan dimiliki oleh sebagian besar perempuan dalam industri rumah tangga. Potensi lainnya berupa kelompok-kelompok kesenian tradisional baik gamelan pada semua umur maupun jenis kelamin, kelompok tari, ketoprak maupun serta beberapa jenis kerajinan seni yang menjadi ciri khas kota Solo. Sayangnya, beragam potensi tersebut dalam kondisi yang beragam, ada yang masih aktif berjalan, ada yang belum terorganisir dengan baik dan ada pula yang lama tidak aktif. Beragam kondisi potensi wisata tersebut tentu dibutuhkan rancang bangun untuk dikemas dan dikelola kembali menjadi potensi kampung wisata budaya.

Tahap selanjutnya adalah merancang beberapa rencana workshop berdasarkan pengelompokan kondisi potensi wisata yang ada dan disusun skala prioritas untuk direalisasikan. Workshop ini disusun secara berkala dan dilakukan bersama warga dan melibatkan *stakeholder*. Berbasis pada potensi sosial, ekonomi dan budaya warga, maka hasil dari produksi pengetahuan dikemas menjadi profil kampung baik secara naratif, foto, sketsa, peta digital berbasis *Open Street Map* (OSM) maupun video dokumenter. Hasil produksi pengetahuan ini menjadi data bersama warga untuk merancang rencana tindak lanjut dan agenda

bersama warga serta membangun kesepakatan tentang aktivitas dan program pemberdayaan kampung. Hasil produksi pengetahuan juga dihadirkan melalui peta infografis dan sketsa potensi, kebutuhan dan problem yang dapat diakses oleh semua warga. Proses ini sekaligus menempatkan warga sebagai subyek dan sebagai bentuk pembelajaran sosial sehingga memungkinkan mereka untuk mengenali kampung mereka dengan menggunakan perspektif mereka sendiri.

Perluasan media untuk mempromosikan dan memberdayakan kampung, secara intens dalam skema dokumentasi kampung kota dilakukan dengan proyek dokumentasi video diary kampung, yang tersusun dan didistribusikan dalam laman <http://youtube/kampungnesia>. Selain website, sosial media juga dikembangkan lewat <http://facebook/kampungnesia> dan <http://twitter/kampungnesia> agar ada proses interaktif antar media, sekaligus membuka peluang partisipasi dengan publik melalui media internet (*citizen participation*). Semua proses tersebut menjadi potret bagi anak-anak muda yang mempunyai kemampuan memproduksi dan mengkreasikan konten media internet (*content creation*) sebagai media untuk mempromosikan kampung. Materi yang dikembangkan lewat publikasi hasil dokumentasi kampung dan dipublikasikan lewat teknologi informasi akan memberi jangkauan lebih luas bagi publik sehingga berimbas pula pada terbangunnya kesadaran informasi publik (Liliweri, 2009)

Jejaring informasi yang telah dibuat, setidaknya mampu menjadi jembatan informasi tentang kampung kota di Surakarta. Distribusi informasi tentang kampung, diharapkan mampu memerankan fungsinya sebagai media komunitas dimana titik berat materinya mengusung beberapa tekanan (Pawito, 2007). Dengan demikian maka proses pemberdayaan warga kampung dapat dilakukan secara bertahap dengan berbasis pada lokalitas dan pengetahuan lokal yang hadir sebagai alternative destinasi wisata di Kota Surakarta (Hampton, 2005).



Berbagai event wisata dalam berbagai lapis segmen dikreasikan untuk menstimulasi kunjungan wisata berupa seni, budaya, *performance*, *conference* maupun *meeting* (Stokes, 2004). Komitmen tersebut mesti ditopang pula dengan kemauan untuk mengembangkan terlebih dahulu fasilitas yang ada, untuk kemudian penguatan *stakeholders* untuk menjadi bagian dari kerja kolektif mempromosikan wisata kota berbasis warga (*community based*) (Medeiros de Araujo & Bramwell, 1999; Freeman, 2010). Sehingga, efektifitas pembangunan kemudian akan mendapatkan ganjarannya dengan keberanian daerah untuk melakukan pengembangan daerah, mengelola dan merevitalisasi kembali aset daerah untuk kemudian dijadikan strategi pariwisata.

## KESIMPULAN

Upaya untuk memberdayakan kampung wisata budaya masih terus berjalan. Pilihan untuk mengembangkan beragam event maupun pengemasan potensi budaya secara berlahan dan pasti menunjukkan efeknya. Agenda untuk terus mengembangkan kemampuan kampung dalam memberikan fasilitas amenities yang layak dan sesuai dengan standar, sekaligus menjaga agar semua atraksi pendukung maupun atraksi utama untuk menarik tetap dipertahankan kualitas dan kuantitasnya. Oleh karena itu untuk memberdayakan kampung melalui potensi yang dimiliki dalam konteks budaya akan memberi bentuk pengetahuan, keyakinan, pemahaman serta adat kebiasaan atau etika yang menuntun perilaku manusia dalam kehidupan di dalam komunitasnya. Komunitas di kampung-kampung mempunyai karakter dalam pola relasi yang komunal, eksklusif bagi komunitas atas suatu kawasan sebagai hak kepemilikan bersama (*communal property resource*) dan sebagai sistem pengetahuan masyarakat setempat (*lokal knowledge system*).

## Daftar Pustaka

Demartoto, Argyo. 2018. *3P : Pariwisata untuk Pemberdayaan Perempuan*. Yogyakarta : Azyan Mitra Media.

- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & Colle, S. D. 2010. *Stakeholder theory: State of the art*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Friedman, J. 1992. *Empowerment: The Politic of Alternative Development*. Cambridge, USA :Blackwell Publishers.
- Greenwood, D.J & Levin, M. 2006. *Introduction to Action Research : Social Research for Social Change*. Thousand Oaks, California : Sage Publication Inc.
- Hampton, M. P. 2005. Heritage, local communities and economic development. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 735–759.
- Hampton, M. P., & Jeyacheya, J. 2013. *Tourism and inclusive growth in small island developing states*. London: The Commonwealth Secretariat.
- Hamzah, A., & Hampton, M. P. 2013. Resilience and non-linear change in island tourism. *Tourism Geographies*, 15(1), 43–67.
- Hermawan, H. 2016. Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, Vol 3, No 1, pp 105-117.
- Hermawan, H. 2016. Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran terhadap Sosial Budaya Masyarakat Lokal. pp. 426– 35. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer Nusa Mandiri Pertama Tahun 2016*, Vol 1, pp 426–435.
- Liliweri, A. 2009. *Makna Budaya dalam Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: PT LKiS Printing Cemerlang.
- Medeiros de Araujo, L., & Bramwell, B. 1999. Stakeholder assessment and collaborative tourism planning: The case of Brazil's Costa Dourada project. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3/4), 356–378.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: Pelangi Aksara Yogyakarta.

- Robson, J., & Robson, I. 1996. From shareholders to stakeholders: Critical issues for tourism marketers. *Tourism Management*, 17(7), 533–540.
- Royle, S. A. 2001. *A geography of islands: Small island insularity*. London: Routledge.
- Scheyvens, R. 2011. *Tourism and poverty*. London: Routledge.
- Scott, N., Baggio, R., & Cooper, C. 2008. *Network analysis and tourism: From theory to practice*. Clevedon: Channel View Publications.
- Stokes, R. 2004. A framework for the analysis of events-tourism knowledge networks. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 11(2), 108–121.
- Tosun, C. 2000. Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6), 613–633.
- Walsh, J. A., Jamrozy, A., & Burr, S. W. 2001. Sense of place as a component of sustainable tourism marketing. In S. F. McCool & R. N. Moisey (Eds.), *Tourism, recreation and sustainability: Linking culture and the environment* (pp. 195–216). Oxford: CABI Publishing.