Desa-Kota
JURNAL PERENCANAAN WILAYAH, KOTA, DAN PERMUKIMAN

Volume 8, Nomor 2, 2026, 33-47
http://jurnal.uns.ac.id/jdk/article/view/96031
DOI: https://doi.org/10.20961/desa-kota.v8i2.96031.33-47
E-ISSN: 2656-5528
Copyright © 2026 The Authors

Tingkat Kesesuaian Kampung Wisata terhadap Konsep *Creative Tourism:* Studi Kasus Kampung Batik Kauman, Kota Surakarta

Level of Suitability of Tourism Villages to the Concept of Creative Tourism: Case Study of Kauman Batik Village, Surakarta City

Jihan Aulia Noor Hanifah[1*], Istijabatul Aliyah[1], Tendra Istanabi[1], Mochamad Primasakti Satyagraha[1,2]
[1] Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia
[2] Pusat Informasi Pembangunan Wilayah (PIPW), LPPM Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia
**e-mail*: jihanaulia@student.uns.ac.id

(*Received: 8 December 2024; Reviewed: 19 January 2025; Accepted: 20 January 2025*)

Abstrak

Semakin tingginya keinginan wisatawan untuk terlibat aktif dalam kegiatan wisata pada destinasi wisata yang dikunjungi mendorong setiap daerah untuk mengembangkan pariwisata dengan mengusung konsep *creative tourism*. *Creative tourism* berfokus mengembangkan potensi kreativitas individu melalui kegiatan pengalaman belajar dan pelatihan pada destinasi wisata. Kota Surakarta dikenal sebagai kota budaya yang termasuk ke dalam Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) berdasarkan Peraturan Pemerintah nomor 50 tahun 2011. Destinasi wisata di Kota Surakarta yang telah ditetapkan sebagai cagar budaya akan dikembangkan menjadi pariwisata dengan konsep *creative tourism*, salah satunya adalah Kampung Batik Kauman. Tingginya keistimewaan dan potensi pariwisata budaya yang dimiliki oleh Kampung Batik Kauman mampu mendongkrak pariwisata di Kota Surakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kesesuaian Kampung Batik Kauman terhadap konsep *creative tourism* dengan menggunakan analisis skoring dan metode deskriptif kuantitatif. Terdapat enam komponen yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu komponen *people*, komponen *network*, komponen *activity*, komponen *place*, dan komponen *product*. Pengambilan data dilakukan melalui observasi lapangan, studi literatur, wawancara dan penyebaran kuesioner kepada pelaku industri, masyarakat dan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan hasil bahwa tingkat kesesuaian Kampung Batik Kauman Kota Surakarta mendapatkan skor 83,33% yang artinya sangat sesuai dengan penerapan konsep *creative tourism*.

Kata Kunci: *creative tourism*; industri kreatif; kampung wisata; pariwisata kreatif.

Abstract

The increasing demand of tourists to be actively involved in tourism activities at tourism destinations they visit encourages each tourism destination to develop with the concept of creative tourism. Creative tourism focuses on developing individual creative potential through experiential learning and training activities at tourist destinations. The City of Surakarta is known as a city of culture which is included as the National Tourism Destination (DPN) based on Government Regulation number 50 of 2011. Tourism destinations in Surakarta City designated as a cultural heritage will be developed with creative tourism concept, one of which is Kampung Batik Kauman or Kauman Batik Village. The high specialty and cultural tourism potential of Kauman Batik Village has been able to boost tourism in Surakarta City. The aim of this research is to understand the level of suitability of Kauman Batik Village based on the concept of creative tourism using scoring analysis and quantitative descriptive methods. There are six components studied in this research, namely the people, network, activity, place, and product. Data collection was carried out through field observations, literature studies, interviews, and questionnaires to industry players, the community, and tourists. Results show that Kauman Batik Village received a level of suitability of score of 85.71%, which means that it is very suitable to the creative tourism concept.

Keywords: *creative industry; creative tourism; tourism village.*

1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata berperan penting dalam proses pembangunan wilayah dan kota karena mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dari suatu negara. Melalui pariwisata, potensi dari setiap daerah dapat disorot untuk dipromosikan baik di dalam maupun luar negeri. Semakin tingginya semangat otonomi daerah, menjadikan setiap daerah saling berkompetisi dalam memperkenalkan potensi wisata yang dimiliki. Masing-masing daerah saling menawarkan keunggulan

wisata yang mampu menciptakan pengalaman bagi wisatawan (Resmawa & Masruroh, 2019). Hal ini sejalan dengan semakin tingginya keinginan wisatawan untuk terlibat aktif dalam kegiatan wisata. Oleh karena itu, konsep *creative tourism* merupakan pilihan yang digunakan oleh beberapa destinasi wisata dalam rangka pengembangan pariwisata (Akdemir *et al*., 2023; Suhartanto *et al*., 2020). *Creative tourism* merupakan konsep pariwisata yang memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk mengembangkan potensi kreativitasnya melalui partisipasi aktif berupa pengalaman belajar dan pelatihan (Benhaida & Safaa, 2024; Richards & Raymond, 2000).

Kota Surakarta merupakan salah satu kota yang termasuk ke dalam Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) menurut Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011. Kota Surakarta juga dikenal sebagai "Kota Budaya" karena memiliki warisan sejarah dan budaya yang tinggi. Dalam Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Daerah Kota Surakarta tahun 2016-2026, disebutkan bahwa pariwisata yang ditetapkan sebagai cagar budaya akan dikembangkan dengan konsep *creative tourism*. Salah satu pariwisata budaya yang dikembangkan sebagai *creative tourism*, yaitu kampung wisata karena memiliki daya tarik tinggi berupa kehidupan masyarakat yang unik dan berkarakter khusus (Ratriningsih, 2017; Wisudawati *et al*., 2023; Zadel & Rudan, 2019). Kota Surakarta juga merupakan salah satu sentra industri batik terbesar di Indonesia, yang mana batik ditetapkan UNESCO sebagai warisan budaya dunia pada 2 Oktober 2009.

Berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Daerah Kota Surakarta tahun 2016-2026, Kampung Kauman merupakan salah satu kampung wisata tradisional yang telah dikembangkan menjadi *creative tourism* dan telah ditetapkan oleh Dinas Tata Ruang Kota Surakarta sebagai salah satu cagar budaya di Kota Surakarta. Pada tahun 2009, Kampung Kauman ditetapkan oleh Pemerintah Kota Surakarta sebagai Kampung Wisata Batik Kauman karena memiliki banyak warisan budaya fisik dan nonfisik. Selain itu, Kampung Kauman juga telah resmi ditetapkan sebagai Kawasan Strategis Pariwisata Kota Surakarta yang termasuk dalam Destinasi Pariwisata Daerah Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat. Keberadaan Kampung Wisata Batik Kauman sangat berkaitan dengan Keraton Kasunanan Surakarta yang menjadi keistimewaan dan daya tarik kawasan yang membedakannya dengan kampung-kampung lain (Ratriningsih, 2017). Kampung Kauman dulunya dikenal dengan sebutan Pakauman yang merupakan tempat hunian para kaum abdi dalem, yaitu para pekerja yang mengurus Masjid Agung dan Keraton Kasunanan Surakarta. Para kaum abdi dalem dahulu mendapatkan pelatihan membuat batik langsung dari pihak keraton, yaitu membatik jarik dan selendang untuk dipakai oleh keluarga keraton (Ratriningsih, 2017). Namun, seiring berjalannya waktu produksi batik yang dihasilkan semakin meningkat dan mampu mendorong ekonomi masyarakat setempat (Tiaranisa & Priyatmono, 2022). Hal ini menjadikan Kampung Kauman tumbuh dan dikenal menjadi kawasan hunian yang berisi para pengrajin dan pengusaha batik karena banyak ditemukan rumah industri dan gerai batik yang tersebar pada kawasan.

Kampung Wisata Batik Kauman memiliki lokasi yang sangat strategis, yaitu berada di jantung Kota Surakarta, berbatasan langsung dengan Jalan Slamet Riyadi. Kampung Wisata Batik Kauman terletak di Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon serta berada di sebelah barat Keraton Kasunanan Surakarta. Potensi pariwisata yang dimiliki oleh Kampung Wisata Batik Kauman sangat tinggi karena menyimpan banyak warisan budaya fisik dan nonfisik. Keistimewaan lain yang dimiliki oleh Kampung Wisata Batik Kauman yaitu terkait motif yang dihasilkan karena berhubungan langsung dengan motif-motif yang digunakan oleh keluarga Keraton Kasunanan Surakarta. Selain itu, pada Kampung Wisata Batik Kauman juga menawarkan aktivitas yang bersifat interaktif dan melibatkan partisipasi wisatawan. Partisipasi tersebut berupa memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk melihat dan mencoba langsung proses pembuatan batik pada industri batik (Ratriningsih, 2017). Hal ini menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke Kampung Wisata Batik Kauman seiring dengan tingginya keinginan wisatawan terlibat aktif dalam kegiatan wisata.

Tingginya potensi wisata Kampung Wisata Batik Kauman mampu mendongkrak pariwisata di Kota Surakarta khususnya pada bidang budaya. Oleh karena itu, penelitian dilakukan untuk mengetahui tingkat kesesuaian dari kondisi eksisting Kampung Wisata Batik Kauman terhadap komponen *creative tourism*. Hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai gambaran, masukan, dan juga bahan evaluasi bagi berbagai pihak dalam melakukan perencanaan dan pengembangan Kampung Wisata Batik Kauman dan kampung wisata lain yang menerapkan konsep *creative tourism*.

2. KAJIAN TEORI

2.1 KAMPUNG WISATA

Kampung Wisata merupakan kesatuan antara atraksi, akomodasi dan juga amenitas yang disuguhkan dalam tatanan kehidupan masyarakat yang masih berhubungan dengan tradisi setempat. Keberadaan atraksi dan tradisi mampu menjadi produk wisata sebagai modal dasar dalam pengembangan dan pembangunan kepariwisataan, sehingga perlu dilestarikan

oleh masyarakat. Menurut Istoc (2012), terdapat tiga elemen penting suatu kampung disebut sebagai kampung wisata. Elemen pertama yaitu elemen dasar (*primary element*) yang memiliki *activity places* meliputi fasilitas budaya yang berwujud dan tidak berwujud kemudian ada *leisure settings* berupa monumen, *historical street pattern,* dan bangunan yang mempunyai daya tarik tersendiri. Selain itu, terdapat elemen sekunder (*secondary elemen*ts) yang berupa fasilitas pendukung masyarakat dan wisatawan dalam melakukan kehidupan di tempat wisata meliputi pasar, fasilitas makanan, penginapan, dan toko atau kios jual. Terakhir, terdapat elemen tambahan (*additional elements*) merupakan fasilitas-fasilitas pendukung yang bersifat tersier meliputi, sarana parkir dan transportasi, fasilitas aksesibilitas, dan pusat informasi untuk wisatawan.

Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) menyebutkan bahwa kampung wisata memiliki beberapa kriteria berupa adanya aktivitas budaya permanen dan rutin dilaksanakan oleh masyarakat kemudian melibatkan masyarakat dan wisatawan secara langsung dalam kegiatan wisata. Selain itu, terdapat pemberian pelayanan yang dibutuhkan oleh wisatawan. Menurut Hadiwijoyo (2012), kampung wisata harus memenuhi lima kriteria, yaitu: (1) memiliki aksesibilitas yang baik; (2) memiliki objek yang menarik untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata kawasan; (3) terdapat dukungan dari pemerintah, masyarakat kampung, dan pengelola wisata; (4) terjaminnya keamanan di kampung; dan (5) sudah terdapat akomodasi dan telekomunikasi yang baik. Memperkuat teori dari OECD (2005) dan Hadiwijoyo (2012), Putra (2012) merumuskan unsur-unsur dari kampung wisata yang pertama adanya potensi pariwisata, seni, dan budaya setempat, kedua kampung tersebut masuk ke lingkup daerah pengembangan pariwisata oleh pemerintah, ketiga telah tersedia pelaku pariwisata, budaya, dan tenaga pengelola, keempat sudah mendukungnya infrastruktur dan aksesibilitas kemudian yang terakhir adanya keamanan, kebersihan, dan terjaminnya ketertiban kampung.

2.2 INDUSTRI KREATIF

Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2007), mendefinisikan industri kreatif sebagai suatu industri yang memanfaatkan keterampilan, kreativitas, dan juga bakat yang dimiliki oleh individu guna menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan. Industri kreatif diartikan sebagai industri yang dihasilkan dari kreativitas, bakat, dan juga keterampilan dari tiap individu yang mempunyai potensi dalam penciptaan lapangan kerja melalui pemanfaatan pendidikan dan daya cipta individu. Terdapat 6 pilar dari industri kreatif menurut Departemen Perdagangan, yaitu: (1) *people*, yaitu ketersediaan individu atau tenaga kerja kreatif yang terlibat dalam sektor industri kreatif; (2) industri, yaitu kegiatan yang berkaitan dengan produksi, distribusi dan penggunaan produk dan jasa; (3) teknologi, yaitu metode yang dapat digunakan untuk mengkreasikan, memproduksi, kolaborasi, mencari informasi, distribusi dan juga sebagai sarana untuk bersosialisasi; (4) sumber daya, yaitu input yang dibutuhkan dalam proses penciptaan kreativitas yang dimiliki oleh individu; (5) institusi, yaitu pilar dalam pengembangan industri karena menjadi tatanan sosial; dan (6) lembaga pembiayaan, berperan dalam penyaluran dana kepada pelaku industri baik dalam bentuk modal maupun pinjaman. Terdapat tiga faktor utama dalam industri kreatif. Faktor pertama adalah kreativitas yang berperan penting dalam industri karena dibutuhkan pelaku industri yang memiliki kreativitas tinggi. Faktor kedua adalah keberadaan kemajuan teknologi yang berperan dalam mendorong industri kreatif. Faktor ketiga adalah ketersediaan media sosial yang berperan dalam mengembangkan potensi dan peluang besar bagi pelaku bisnis dalam memperkenalkan produk kreatif.

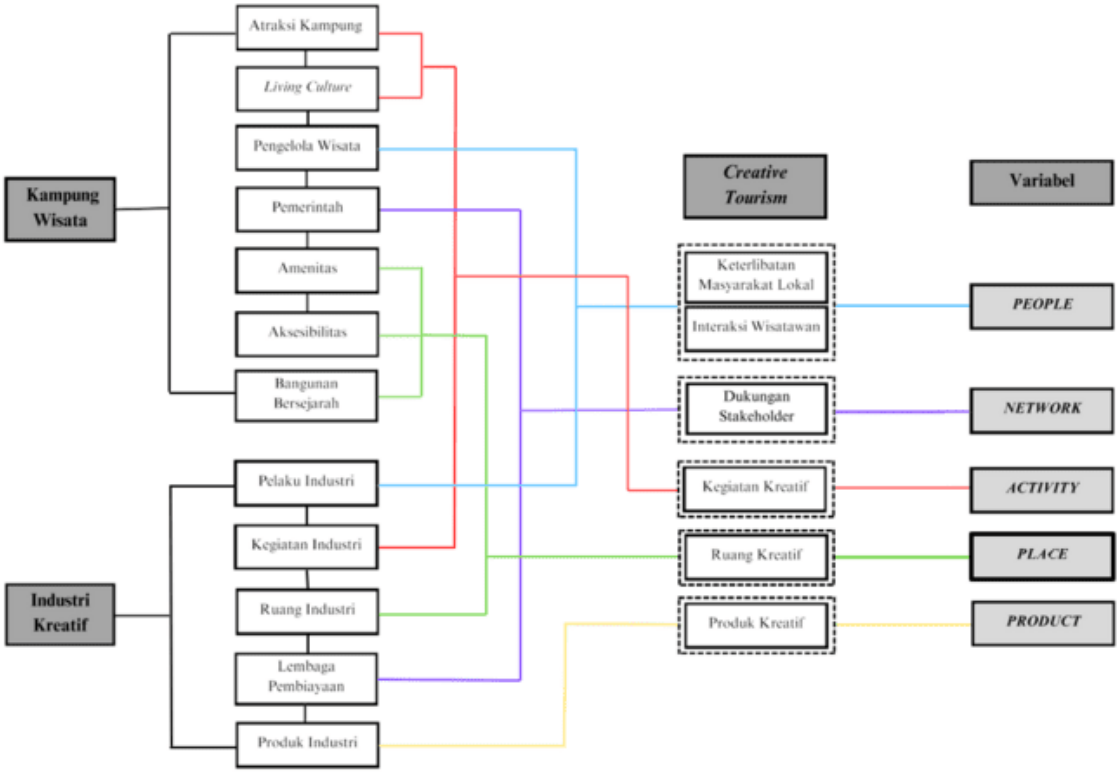
2.3 *CREATIVE TOURISM*

Konsep *creative tourism* pertama kali diperkenalkan oleh Richards & Raymond pada tahun 2000. *Creative tourism* merupakan suatu wisata yang memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk mengembangkan potensi kreativitas yang dimiliki melalui partisipasi aktif berupa pelatihan dan pengalaman belajar (Ginting *et al*., 2023; Richards & Raymond, 2000). Komponen utama dari *creative tourism* adalah pengalaman wisatawan melalui partisipasi aktif pada kegiatan wisata yang dapat mengembangkan potensi kreativitas mereka dengan melibatkan kontribusi masyarakat lokal dan pengelola setempat (Moleiro, 2023; Sharma *et al*., 2025). Terdapat beberapa alasan mengapa *creative tourism* mampu meningkatkan bidang pariwisata budaya pada suatu daerah, yakni: (a) mendorong adanya kreativitas yang akan berpotensi dalam menciptakan nilai yang lebih bagi suatu wisata; (b) mendorong destinasi wisata untuk terus berinovasi memunculkan produk baru dan menghasilkan keunggulan yang berbeda dengan destinasi lain; (c) mampu menciptakan sumber daya kreatif yang berkelanjutan; dan (d) bersifat *mobile* sehingga mampu dilakukan dimana saja tanpa menggunakan infrastruktur khusus.

Richards & Wilson (2006), menjelaskan bahwa terdapat tiga cara mengembangkan kreativitas dalam pengalaman wisatawan*,* yaitu: (1) *creative spectacles*, kegiatan kreatif dan inovatif yang mampu membentuk pengalaman wisata; (2) *creative space*, yaitu kawasan, tempat dan lingkungan kreatif yang berisi manusia dan materi kreatif mengenai budaya;

dan (3) *creative tourism*, yaitu partisipasi wisatawan berupa keterlibatan aktif dalam kegiatan kreatif pada suatu wisata. Musikyan (2016) juga menyatakan bahwa terdapat beberapa komponen dalam *creative tourism* antara lain. Pertama, *creative industry* yang berupa perusahaan dan organisasi budaya dan kreatif. Kedua, *creative space* yang berupa tempat atau ruang yang digunakan untuk produksi dan konsumsi. Terakhir, *creative talent* yang berupa orang-orang yang memiliki keterampilan dan kemampuan menciptakan bisnis yang inovatif. Menambahkan teori dari Richards & Wilson (2006) dan Musikyan (2016), Hermantoro (2011) menyebutkan bahwa *creative-based tourism* terdiri dari 3 komponen, yaitu: (1) adanya keterlibatan masyarakat lokal dalam kegiatan kreatif pada suatu wisata; (2) adanya pengetahuan dan ide terkait penciptaan produk kegiatan kreatif yang unik dan menarik; serta (3) adanya interaksi antara wisatawan dengan masyarakat dan atraksi lokal.

Berdasarkan teori-teori yang telah dijabarkan di atas, dilakukan penyusunan variabel melalui kerangka pikir yang dapat dilihat pada Gambar 1 untuk menghasilkan sintesis sebagai dasar perumusan variabel penelitian. Didapatkan variabel pada penelitian ini, yaitu variabel *people, network, activity, place*, dan *product*. Selanjutnya, akan dilakukan penjabaran sintesis untuk memperoleh subvariabel yang akan mendetailkan arah penelitian dapat dilihat pada Tabel 1.



Gambar 1. Kerangka Pikir Penyusunan Variabel Penelitian

Tabel 1. Variabel Penelitian

No	Variabel	Subvariabel
1.	*People*	Pengelola wisata Pelaku industri Keterlibatan masyarakat lokal Interaksi wisatawan
2	*Network*	Pemerintah Lembaga Pembiayaan dan Swasta
3	*Activity*	Atraksi kampung *Living culture* Kegiatan industri
4	*Place*	Amenitas Aksesibilitas Bangunan bersejarah Ruang industri
5	*Product*	*Product*

3. METODE PENELITIAN

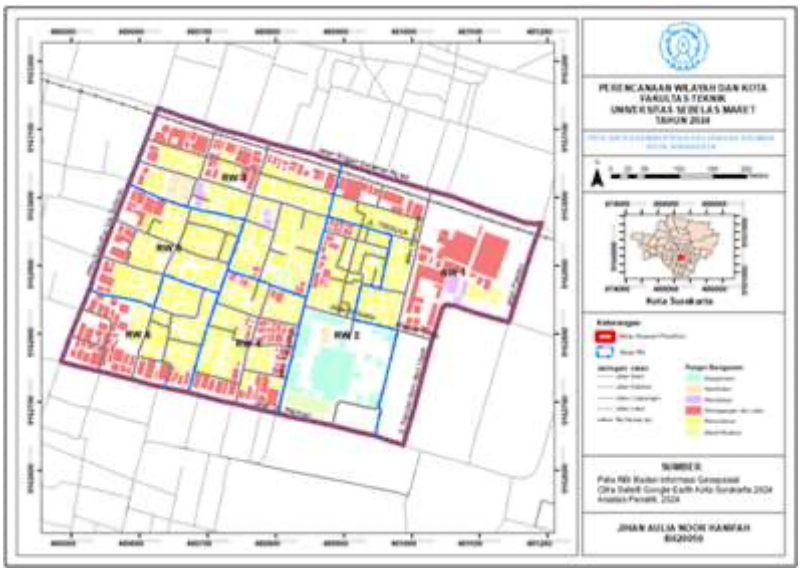
Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan deduktif. Penelitian ini kuantitatif dalam menerapkan skoring penilaian sesuai atau tidak sesuai pada tiap indikatornya, tahapan pemberian bobot pada setiap variabel penelitian, hingga tahap menganalisis kesesuaian antara komponen kampung sebagai destinasi wisata dengan komponen *creative tourism* yang mengacu dari hasil skoring dan pembobotan yang telah dilakukan. Selanjutnya hasil analisis kesesuaian antara komponen kampung sebagai destinasi wisata dengan komponen *creative tourism* dideskripsikan. Ruang lingkup wilayah pada penelitian ini berada pada Kampung Wisata Batik Kauman yang berlokasi di Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon, Kota Surakarta. Wilayah penelitian ini meliputi satu Kelurahan Kauman yang terdiri dari 6 RW dan 21 RT dengan luas sekitar 0,21 km². Substansi penelitian ini berfokus pada kesesuaian dari Kampung Wisata Batik Kauman Kota Surakarta dilihat sebagai kampung wisata dan industri terhadap salah satu konsep wisata, yaitu *creative tourism*.

Penelitian ini menggunakan data terbaru tahun 2024. Populasi dalam penelitian ini meliputi penduduk Kelurahan Kauman, pengelola wisata, pengusaha dan pengrajin industri, masyarakat, serta wisatawan. Kelompok tersebut merupakan target yang ingin dipelajari secara langsung sesuai dengan kebutuhan dari penelitian. Teknik *sampling* dilakukan untuk mewakili seluruh populasi yang ingin diteliti. Pengumpulan data dilakukan melalui pengumpulan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi pada kawasan penelitian, wawancara kepada Kepala Kelurahan Kauman, Ketua Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman (PKBWK), dan Ketua Koperasi Serikat Dagang Kauman (SDK). Selain itu, juga dilakukan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 97 sampel masyarakat, 10 populasi industri batik, 10 sampel pengrajin batik, serta 100 sampel wisatawan dengan menggunakan teknik *non probability* sampling dengan rumus *Slovin*. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur dari Kelurahan Kauman dan juga Pemerintah Kota Surakarta. Data-data tersebut antara lain berupa data monografi Kota Surakarta, data monografi Kelurahan Kauman, data pengelola wisata Kampung Kauman, jumlah dan peta persebaran *outlet* batik, dan peta persebaran fasilitas perdagangan dan jasa.

Analisis Skoring yang digunakan dalam penelitian ini terbagi atas dua tahap. Tahap analisis skoring pertama dilakukan pada karakteristik *creative tourism* pada Kampung Wisata Batik Kauman Kota Surakarta, dengan memberikan skor pada keseluruhan subvariabel dengan menggunakan *skala Likert*, yaitu dengan rentang nilai skor terendah 1 dan skor tertinggi 3, kemudian dilanjutkan dengan skoring pada setiap variabel dengan menggunakan rata-rata skor dari setiap subvaribel. Tahap analisis skoring kedua, yaitu analisis skoring tingkat kesesuaian dari Kampung Wisata Batik Kauman Kota Surakarta terhadap konsep *creative tourism,* dilakukan dengan perhitungan persentase skor dengan perhitungan klasifikasi dan interval skor menggunakan metode *Strugres*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

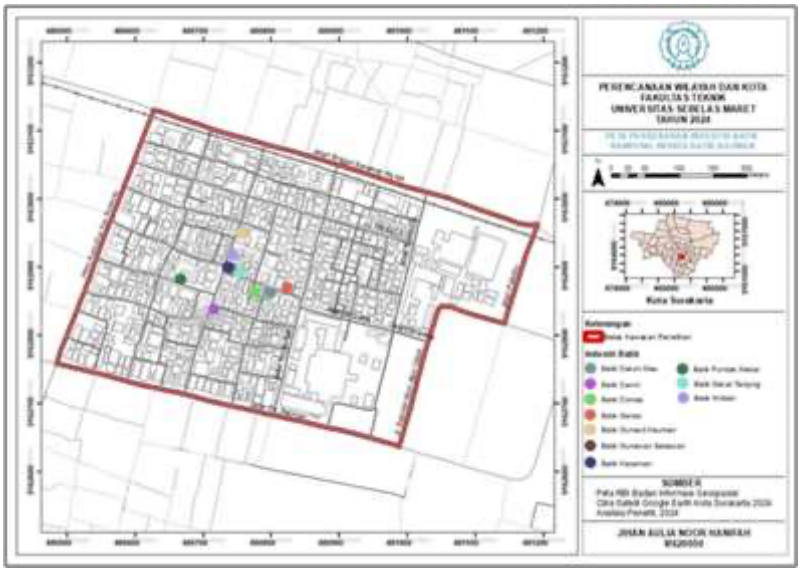
4.1. GAMBARAN UMUM KAMPUNG BATIK KAUMAN



Gambar 2. Peta Wilayah Penelitian: Kampung Batik Kauman

Secara administratif, Kampung Wisata Batik Kauman terletak di Kecamatan Pasar Kliwon, Kota Surakarta, dan berada pada 110°-111° Bujur Timur dan 7,6°- 8° Lintang Selatan. Lokasi Kampung Wisata Batik Kauman sangat strategis karena berada di tengah kota, dekat dengan Keraton Surakarta dan berbatasan langsung dengan jalan Slamet Riyadi yang merupakan jantung dari Kota Surakarta. Akses menuju Kampung Wisata Batik Kauman relatif mudah karena memiliki empat jalan masuk utama, yaitu Jalan Wijaya Kusuma, Jalan Cakra, Jalan Wijaya Kusuma 1, dan Jalan Slamet Riyadi. Luas wilayah dari Kampung Wisata Batik Kauman adalah 0,21 km² yang terdiri dari 6 RW dan 21 RT, dengan jumlah penduduk sekitar 2.662 jiwa. Wisata Batik Kauman berbatasan di sebelah utara dengan Kelurahan Kampung Baru, sebelah timur dengan Kelurahan Kedung Lumbu, sebelah selatan dengan Kelurahan Gajahan, dan sebelah barat dengan Kelurahan Kemlayan.

Di Kampung Wisata Batik Kauman, terdapat 10 industri batik yang masih memproduksi batik dan memiliki pengrajin batik hingga saat ini. Rincian dan persebaran dari industri batik tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 dan Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Peta Persebaran Industri Batik pada Kampung Batik Kauman

Tabel 2. Industri Batik pada Kampung Batik Kauman

No	Nama Industri Batik	Lokasi	Usia Industri Batik	Jenis Industri
1	Batik Gunawan Setiawan	Jl. Cakra No. 21	>10 tahun	Besar
2	Batik Kaoeman	Jl. Wijaya Kusuma No. 17	>10 tahun	Besar
3	Batik Gunasti Kauman	Jl. Wijaya Kusuma No. 30	>10 tahun	Besar
4	Batik Wildan	Jl. Wijaya Kusuma No. 23	>10 tahun	Rumahan
5	Batik Sekar Tandjung	Jl. Cakra No. 15	>10 tahun	Rumahan
6	Batik Domas	Jl. Cakra No. 6B	>10 tahun	Besar
7	Batik Dakon Mas	Jl. Cakra No. 11	>10 tahun	Sedang
8	Batik Pudak Mekar	Jl. Cakra I No. 1	>10 tahun	Rumahan
9	Batik Genes	Jl. Cakra No.4B, RT.003/RW.004	>10 tahun	Besar
10	Batik Danni	Jl. Wijaya Kusuma Wijaya II No. 14	>10 tahun	Sedang

4.2. KOMPONEN *CREATIVE TOURISM* PADA KAMPUNG BATIK KAUMAN

4.2.1 Komponen *People*

4.2.1.1 Pengelola Wisata

Di Kampung Wisata Batik Kauman, pengelola wisata adalah Paguyuban Kampung Batik Wisata Kauman (PKWBK) dan Koperasi Syarikat Dagang Kauman (SDK). Dari hasil identifikasi dan wawancara, didapatkan bahwa pengelola wisata pada Kampung Wisata Batik Kauman telah memberikan beberapa dukungan dalam kegiatan dan pengembangan wisata industri kawasan. Dukungan pertama, yaitu turut serta mempromosikan Kampung Wisata Batik Kauman melalui kegiatan pameran dan kerja sama dengan beberapa pihak. Kedua, yaitu mengelola kegiatan wisata dan kegiatan bisnis di Kampung Wisata Batik Kauman. Ketiga, yaitu rutin melaksanakan pertemuan tahunan berupa Rapat Anggota Tahunan (RAT)

dengan beberapa pihak pemerintah untuk perencanaan dan evaluasi program. Keempat, yaitu selalu mengadakan pelatihan kepada masyarakat lokal untuk memotivasi dan meningkatkan kualitas sumber daya. Terakhir, yaitu memberikan informasi dan mengadakan sosialisasi kepada masyarakat. Dapat disimpulkan bahwa dukungan pengelola wisata pada kegiatan dan pengembangan wisata industri kawasan meliputi lima bentuk dukungan kegiatan dan pengembangan wisata industri kawasan. Hal ini selaras dengan Pearce (2015) yang menyatakan bahwa terdapat 5 peran dan tugas dari pengelola wisata meliputi: (1) promosi; (2) pengelolaan; (3) perencanaan dan evaluasi; (4) motivator; dan (5) informan.

4.2.1.2 Pelaku Industri

Pelaku industri yang memiliki kreativitas, keterampilan dan bakat merupakan hal yang penting dalam kegiatan industri karena sumber daya kreatif adalah modal utama dalam industri (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2007). Para pengrajin batik di Kampung Wisata Batik Kauman terdiri dari masyarakat lokal dan pengrajin dari luar daerah, seperti dari Sukoharjo, Sragen, dan Klaten. Industri batik di Kampung Wisata Batik Kauman juga telah menyediakan pelatihan atau *workshop* membatik bagi para pengrajin batik untuk meningkatkan potensi dan kreativitas pelaku industri. Mayoritas pengrajin batik dari beberapa industri batik di Kampung Wisata Batik Kauman telah menguasai empat teknik membatik, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4. Teknik batik cap merupakan teknik membatik yang paling dikuasai oleh para pengrajin batik karena prosesnya lebih mudah.



Gambar 4. Diagram Penguasaan Teknik Membatik

4.2.1.3 Keterlibatan Masyarakat Lokal

Partisipasi dan kontribusi masyarakat lokal dalam mendukung kegiatan dan pengembangan wisata di Kampung Wisata Batik Kauman tergolong cukup tinggi, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 3. Hal ini didorong karena setengah dari total masyarakat telah terlibat dalam lima bentuk partisipasi pikiran, partisipasi tenaga, partisipasi keterampilan, partisipasi harta benda, dan partisipasi pengambilan keputusan. Partisipasi masyarakat paling tinggi berada pada partisipasi harta benda, sedangkan partisipasi masyarakat paling rendah berada pada keterlibatan masyarakat dalam perumusan dan pengambilan keputusan pada Kampung Wisata Batik Kauman. Hal ini karena dari hasil identifikasi didapatkan hanya 31 masyarakat yang terlibat dalam kegiatan pertemuan dan evaluasi dari total keseluruhan 96 masyarakat. Hal ini kurang menunjukkan bahwa kontribusi dan partisipasi aktif masyarakat belum pada seluruh kelima bentuk.

Tabel 3. Partisipasi Masyarakat Kampung Wisata Batik Kauman dalam Mendukung Wisata

RW	Jumlah Sampel	Jumlah Partisipasi Masyarakat Lokal (orang)									
		Partisipasi Pikiran		Partisipasi Tenaga		Partisipasi Keterampilan		Partisipasi Harta Benda		Partisipasi dalam perumusan pengambilan keputusan	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak
RW 1	96	15	1	7	9	10	6	15	-	3	13
RW 2		15	1	11	5	7	9	15	1	6	10
RW 3		16	-	9	7	10	6	9	7	8	8
RW 4		12	4	10	6	8	8	13	3	5	11
RW 5		12	4	14	2	9	7	14	2	6	10
RW 6		10	6	12	4	7	9	14	2	3	13
Total		**80**	**16**	**63**	**33**	**51**	**45**	**81**	**15**	**31**	**65**
		96		**96**		**96**		**96**		**96**	

4.2.1.4 Interaksi Wisatawan

Pada Kampung Wisata Batik Kauman, beberapa industri batik memiliki keunikan berupa memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk melihat dan mencoba langsung proses pembuatan batik. Beberapa industri batik yang memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk melihat dan mencoba langsung proses pembuatan batik antara lain Batik Gunawan Setiawan dan Batik Gunasti. Berdasarkan hasil kuesioner, diketahui bahwa wisatawan yang berpartisipasi dalam kegiatan membatik di Kampung Wisata Batik Kauman sebesar 36 orang wisatawan, sedangkan 63 orang wisatawan tidak mengikuti kegiatan membatik tetapi hanya menonton atau melihat proses produksi batik pada industri batik di Kampung Wisata Batik Kauman. Interaksi atau partisipasi aktif dari wisatawan dalam kegiatan wisata melalui pengalaman belajar sangat penting dalam *creative tourism* karena mampu memberikan pengalaman dan mampu mengembangkan potensi kreativitas tiap individu (Richards, 2011).

Tabel 4 berikut menunjukkan rekapitulasi hasil skoring subvariabel dan total skoring variabel *people*.

Tabel 4. Skoring Kesesuaian Variabel *People*

Variabel	Subvariabel	Keterangan	Skor Subvariabel	Total skor variabel
People	Pengelola wisata	Dukungan pengelola wisata pada kegiatan dan pengembangan wisata industri kawasan	3	2
	Pelaku industri	Penguasaan keragaman teknik membatik oleh pengrajin batik	2	
	Keterlibatan masyarakat lokal	Partisipasi dan kontribusi masyarakat lokal dalam mendukung kegiatan dan pengembangan wisata dan industri	2	
	Interaksi wisatawan	Partisipasi aktif wisatawan dalam kegiatan wisata dan industri pada kawasan	2	
Total Skor Variabel *People*			**9**	**Cukup Sesuai**

4.2.2 Komponen *Network*

4.2.2.1 Pemerintah

Dari hasil identifikasi dan wawancara yang dilakukan, didapatkan bahwa pemerintah sudah berkontribusi cukup baik dalam mendukung kegiatan pembangunan dan pengembangan Kampung Wisata Batik Kauman. Kuncoro (2004) menyebutkan bahwa pemerintah memiliki 4 peran dalam pengembangan kawasan wisata, yaitu: (1) koordinator; (2) fasilitator; (3) stimulator; dan (4) motivator. Hasil identifikasi didapatkan bahwa pemerintah telah melakukan kerja sama dengan berbagai pihak, seperti pihak paguyuban dan pengusaha industri di Kampung Wisata Batik Kauman. Bentuk kerja sama yang dilakukan juga beragam mulai dari bantuan dana, pemberian pelatihan, dan promosi pariwisata. Pemerintah juga turut berkontribusi dalam kegiatan promosi wisata melalui publikasi konten video terkait Kampung Wisata Batik Kauman di platform pemerintah. Selain itu, pihak pemerintah juga telah berkontribusi dalam kegiatan perencanaan kebijakan dan evaluasi tahunan yang diadakan oleh Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman (PKWBK) dan pihak Koperasi Serikat Dagang Kauman (SDK).

Peran pemerintah sebagai fasilitator dalam pembangunan dan pengadaan sarana prasarana masih cukup rendah karena kurangnya aksi nyata terkait realisasi program. Salah satunya, yaitu terkait program perbaikan jalan di beberapa titik yang masih mengalami kerusakan dan bergelombang. Berdasarkan hasil wawancara terhadap wisatawan, diketahui bahwa 57% wisatawan menyatakan bahwa akses menuju Kampung Wisata Batik Kauman masih tergolong tidak memadai. Dapat disimpulkan bahwa hanya terdapat 3 peran pemerintah yang telah terealisasikan dengan baik.

4.2.2.2 Lembaga Pembiayaan atau Swasta

Industri batik yang ada pada Kampung Wisata Batik Kauman tidak menjalin kerja sama modal dengan pihak lembaga pembiayaan atau swasta. Keseluruhan industri batik di Kampung Wisata Batik Kauman merupakan usaha milik perseorangan baik berupa usaha turun temurun atau usaha baru. Namun, pihak industri di Kampung Wisata Batik Kauman telah membuka peluang kerja sama modal bagi pihak lembaga pembiayaan atau swasta. Hal ini tidak selaras dengan Departemen Perdagangan, yang menjelaskan bahwa keberadaan kerja sama dengan lembaga pembiayaan atau swasta sangat dibutuhkan pada wisata industri untuk penyaluran dana bagi pelaku industri dalam bentuk modal. Selain itu, dengan

adanya kerja sama dengan lembaga pembiayaan atau swasta juga mampu mendorong dan meningkatkan produksi, pertumbuhan serta keberlanjutan industri dalam jangka panjang.

Tabel 5 berikut menunjukkan rekapitulasi hasil skoring subvariabel dan total skoring variabel *network*.

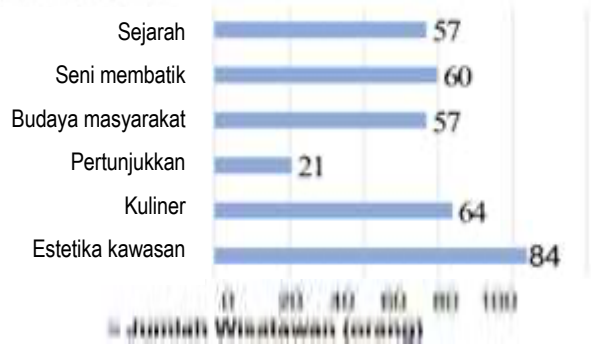
Tabel 5. Skoring Kesesuaian Variabel *Network*

Variabel	Subvariabel	Keterangan	Skor Subvariabel	Total Skor Variabel
Network	Pemerintah	Dukungan pemerintah dalam kegiatan pembangunan dan pengembangan wisata industri	2	1
	Lembaga Pembiayaan dan Swasta	Dukungan dari lembaga pembiayaan/swasta berupa kerjasama modal dengan sistem bagi hasil	1	
Total Skor Variabel *Network*			**3**	**Tidak sesuai**

4.2.3 Komponen *Activity*

4.2.3.1 Atraksi Kampung

Atraksi merupakan daya tarik kawasan yang tidak terpisahkan dari kekhasan suatu kampung wisata, sehingga perlu dijaga dan dilestarikan keasliannya sebagai warisan budaya untuk menciptakan keberlanjutan wisata. Pada Kampung Wisata Batik Kauman, kelestarian atraksi masih dijaga dengan baik oleh masyarakat lokal. Dari hasil kuesioner kepada wisatawan, didapatkan bahwa di Kampung Wisata Batik Kauman terdapat 6 bentuk atraksi yang menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Jumlah wisatawan pada keenam bentuk atraksi tersebut ditunjukkan pada Gambar 5. Pedoman Desa Wisata tahun 2009 oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang menyatakan bahwa atraksi pada pariwisata budaya kreatif meliputi: (1) sejarah; (2) seni dan kerajinan; (3) kebiasaan masyarakat lokal; (4) pertunjukan; (5) kuliner; dan (6) estetika kawasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atraksi pada Kampung Wisata Batik Kauman selaras dengan Pedoman Desa Wisata tahun 2009 yang disusun oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.



Gambar 5. Jumlah Pengunjung pada Atraksi Kampung Batik Kauman

4.2.3.2 *Living Culture*

Dari hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa 57% masyarakat Kampung Wisata Batik Kauman masih memiliki keahlian membatik yang didapatkan dari hasil tradisi turun temurun dan 78% industri batik di Kampung Wisata Batik Kauman masih mempertahankan produksi batik tulis (pakem) khas dari Keraton Kasunanan Surakarta. Batik tulis (pakem) merupakan batik tradisional yang memiliki makna serta filosofi tersendiri pada setiap motifnya. Namun demikian, pelaku industri juga menciptakan dan mengembangkan inovasi baru dengan mengeksplorasi motif batik kontemporer yang disesuaikan dengan perkembangan zaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *living culture* di Kampung Wisata Batik Kauman masih dilestarikan dan dijalankan secara turun temurun oleh masyarakat lokal hingga saat ini. Hal ini selaras dengan penelitian dari Nawangsih (2017) yang menyebutkan, bahwa pelestarian *living culture* merupakan hal yang penting agar nilai budaya dan spirit lokal pada kegiatan wisata di suatu kawasan tidak hilang.

4.2.3.3 Kegiatan Industri

Kegiatan industri pada Kampung Wisata Batik Kauman adalah industri batik, sehingga ketika mengunjungi kawasan ini akan banyak menemui banyak industri dan kios yang memproduksi serta menjual berbagai produk batik. Motif batik yang dihasilkan oleh industri batik di Kampung Wisata Batik Kauman memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri, yaitu

berstandar Keraton Kasunanan Surakarta. Hasil produksi dari industri di Kampung Wisata Batik Kauman juga telah menyentuh kancah internasional karena tidak hanya dipasarkan keluar kota, tetapi juga sampai luar negeri, seperti Asia Tenggara (Myanmar dan Laos), Amerika Serikat, dan Eropa. Namun saat ini, hanya terdapat sekitar 10 industri batik yang masih bertahan memproduksi batik di Kampung Wisata Batik Kauman.

Dalam pariwisata industri kreatif, penerapan industri yang ramah lingkungan untuk menjaga kelestarian dan keberlanjutan lingkungan di sekitar kawasan industri. Dari hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa 80% industri batik di Kampung Wisata Batik Kauman telah menerapkan industri yang ramah lingkungan mulai dari proses persiapan, produksi hingga pembuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan industri di Kampung Wisata Batik Kauman selaras dengan teori terkait penerapan industri yang ramah lingkungan.

Tabel 6 berikut menunjukkan rekapitulasi hasil skoring subvariabel dan total skoring variabel *activity*.

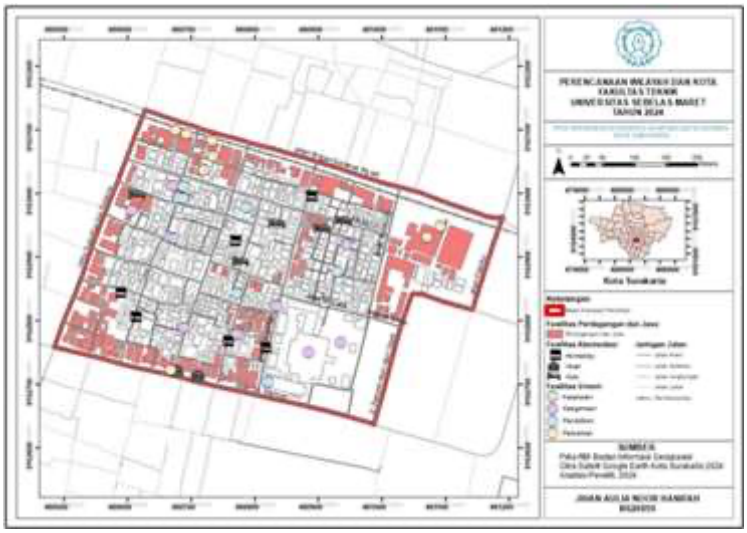
Tabel 6. Skoring Kesesuaian Variabel *Activity*

Variabel	Subvariabel	Keterangan	Skor Subvariabel	Total Skor Variabel
Activity	Atraksi kampung	Atraksi khas dari Kampung Kauman yang berbeda dengan kawasan atau destinasi lain	3	3
	Living culture	Kelestarian *living culture* berupa kebiasaan kehidupan masyarakat lokal yang masih melekat dengan tradisi setempat	3	
	Kegiatan industri	Kegiatan industri batik di Kampung Kauman	3	
		Total Skor Variabel *Activity*	9	**Sesuai**

4.2.4 Komponen *Place*

4.2.4.1 Amenitas

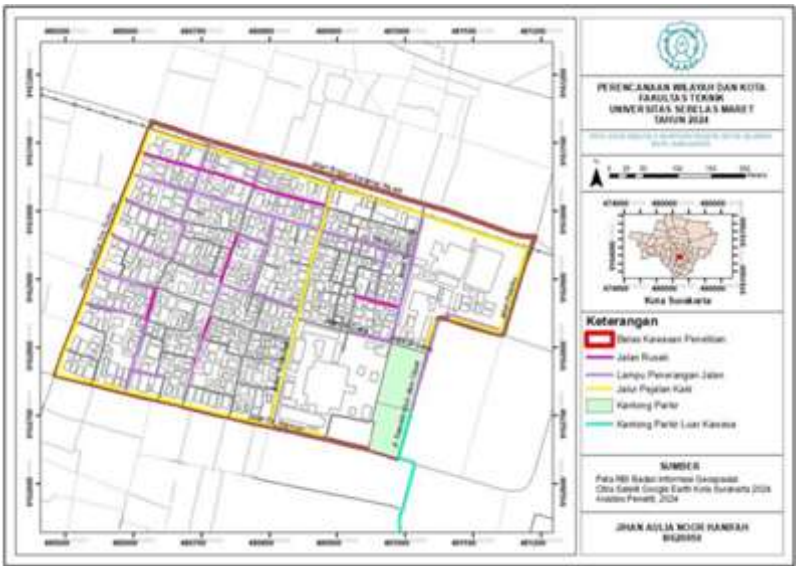
Kelengkapan amenitas pada kawasan wisata merupakan komponen penting karena mampu menunjang kawasan wisata dan memenuhi kebutuhan masyarakat serta wisatawan. Gursoy & Rutherford (2004) menjelaskan bahwa amenitas atau kelengkapan dan keberagaman fasilitas perdagangan dan jasa, fasilitas akomodasi, dan fasilitas umum merupakan kunci penting dalam mendorong partisipasi wisatawan pada destinasi wisata. Di Kampung Wisata Batik Kauman, telah tersedia kelengkapan fasilitas perdagangan dan jasa meliputi keberadaan pasar lokal, pertokoan, pusat oleh-oleh, dan tempat makan/*coffee shop*. Fasilitas akomodasi juga telah memiliki keberagaman pilihan jenis, mulai dari hotel, *homestay,* dan kos. Fasilitas umum pada Kampung Wisata Batik Kauman telah memiliki kelengkapan meliputi fasilitas keagamaan, kesehatan, pendidikan, dan perbankan. Dapat diketahui bahwa amenitas di Kampung Wisata Batik Kauman telah memiliki kelengkapan dan keberagaman pilihan. Keberadaan amenitas yang meliputi fasilitas perdagangan dan jasa, fasilitas akomodasi, dan fasilitas umum juga tersebar secara merata, sehingga masyarakat dan wisatawan dapat mudah menemukan dan mencapai fasilitas-fasilitas tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa amenitas di Kampung Wisata Batik Kauman telah selaras dengan teori Gursoy & Rutherford (2004).



Gambar 6. Peta Persebaran Amenitas di Kampung Wisata Batik Kauman

4.2.4.2 Aksesibilitas

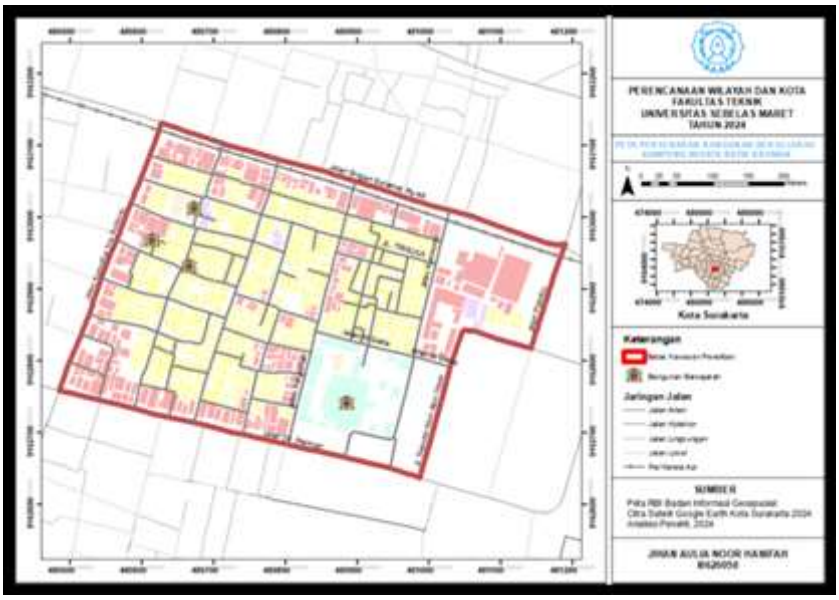
Pada Kampung Wisata, harus terdapat aksesibilitas yang memadai guna mendukung ruang kreatif dan memudahkan wisatawan dalam mencapai kawasan wisata (Hadiwijoyo, 2012). Aksesibilitas yang harus diperhatikan dalam kawasan wisata meliputi: (a) jaringan jalan; (b) jalur pejalan kaki; (c) kantong parkir; (d) dan transportasi umum. Setelah dilakukan identifikasi, diketahui bahwa 80% jaringan jalan pada kawasan telah memiliki kondisi perkerasan yang memadai. Jalur pejalan telah memiliki perkerasan yang baik, dilengkapi dengan lampu penerangan dan ramah lingkungan tetapi masih belum digunakan sesuai dengan fungsinya karena banyak digunakan untuk parkir dan kegiatan perdagangan. Kantong parkir pada kawasan juga telah memiliki perkerasan yang baik, dilengkapi dengan rambu petunjuk parkir, lampu penerangan, dan pos petugas parkir tetapi masih belum tersedia jalur pedestrian dan vegetasi di sekitar kantong parkir. Transportasi umum yang ada di Kampung Wisata Batik Kauman berupa Batik Solo Trans (BST), *Feeder* Batik Solo Trans, dan angkot (angkutan kota). Seluruh transportasi umum tersebut mudah diakses dan dijangkau oleh masyarakat dan wisatawan karena telah tersedia beberapa titik halte di sekitar kawasan. Selain itu, kondisi transportasi umum juga tergolong baik dan memiliki harga yang terjangkau bagi masyarakat dan wisatawan. Dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas di Kampung Wisata Batik Kauman telah memadai dan selaras.



Gambar 7. Peta Aksesibilitas Kampung WisataBatik Kauman

4.2.4.3 Bangunan Sejarah

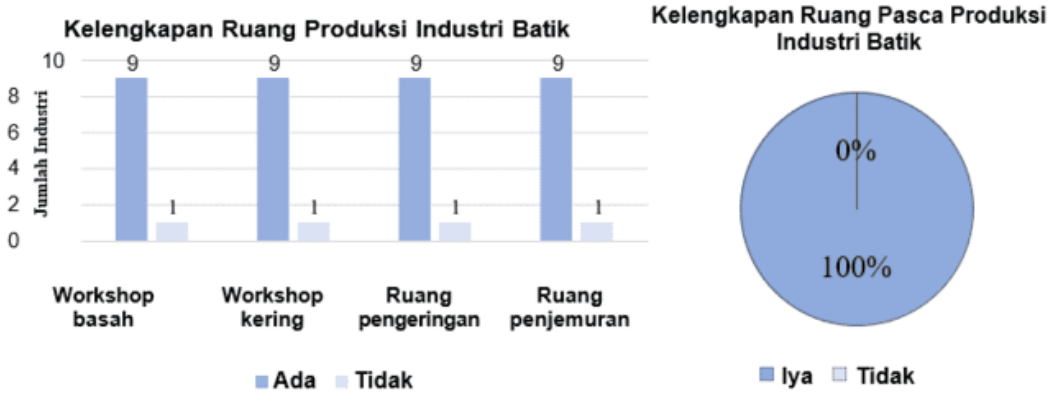
Bangunan sejarah yang terdapat di Kampung Wisata Batik Kauman terdiri dari masjid dan langgar. Hal ini didorong karena dahulu Kampung Wisata Batik Kauman merupakan tempat tinggal para ulama dan santri. Setelah dilakukan identifikasi, didapatkan bahwa terdapat empat bangunan bersejarah yang masih dilestarikan dan terkenal di Kampung Wisata Batik Kauman, yaitu: (a) Masjid Agung Surakarta, (b) Masjid Sememen, (c) Langgar Trayeman, dan (d) Langgar Winongan yang lokasinya ditunjukkan pada Gambar 8. Undang-undang nomor 11 tahun 2010 tentang Cagar Budaya menyatakan bahwa suatu bangunan dapat dikatakan sebagai bangunan cagar budaya apabila memenuhi empat kriteria, yakni: (1) telah berusia minimal 50 tahun; (2) mempunyai massa gaya minimal berusia 50 tahun; (3) mempunyai arti sejarah, agama, dan kebudayaan; serta (4) mempunyai nilai budaya. Keempat bangunan bersejarah di Kampung Wisata Batik Kauman telah terjaga kelestariannya dan juga telah memenuhi kkempat kriteria sebagai bangunan cagar budaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bangunan bersejarah di Kampung Wisata Batik Kauman dapat disebut sebagai bangunan cagar budaya karena selaras dengan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020.



Gambar 8. Peta Persebaran Bangunan Bersejarah Kampung Batik Kauman

4.2.4.4 Ruang Industri

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diketahui bahwa industri batik di Kampung Wisata Batik Kauman yang memiliki kelengkapan ruang produksi sebanyak 66,6% meliputi *workshop* kering dan basah, ruang pengeringan, dan ruang penjemuran. Seluruh industri batik di Kampung Wisata Batik Kauman telah memiliki kelengkapan ruang pasca produksi yang meliputi *showroom* dan toko penjualan. Kegiatan pewarnaan yang dilakukan di Kampung Wisata Batik Kauman diutamakan untuk pewarnaan alami demi menjaga lingkungan kampung. Kegiatan pewarnaan sintetis dalam skala besar dilakukan di luar kawasan karena beberapa industri memiliki pabrik produksi di kawasan lain, seperti Sukoharjo dan Sragen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 80% industri batik di Kampung Wisata Batik Kauman telah memiliki kelengkapan ruang industri. Kelengkapan ruang proses produksi (*workshop* basah, workshop kering, ruang pengeringan, dan ruang penjemuran) dan ruang pasca produksi (*showroom* dan toko penjualan) dibutuhkan dalam kawasan wisata industri untuk mendukung efisiensi produktivitas dan kualitas produk.



Gambar 9. Diagram Kelengkapan Ruang Proses dan Pasca Produksi

Tabel 7 berikut menunjukkan rekapitulasi hasil skoring subvariabel dan total skoring variabel *place*.

Tabel 7. Skoring Kesesuaian Variabel *Place*

Variabel	Subvariabel	Keterangan	Skor Subvariabel	Total skor variabel
Place	Amenitas	Kelengkapan fasilitas perdagangan dan jasa berupa pasar lokal, pertokoan dan pusat oleh-oleh dan tempat makan/*coffee shop* Keberagaman fasilitas akomodasi atau penginapan berupa hotel/*homestay*/kost Kelengkapan fasilitas umum berupa fasilitas keagamaan, kesehatan, pendidikan dan perbankan	3	3
	Aksesibilitas	Kondisi jaringan jalan baik dan sudah sesuai dengan standar Kondisi dan persebaran jalur pejalan kaki yang baik dan sudah sesuai dengan standar Kondisi dan persebaran kantong parkir yang baik dan sudah memenuhi cakupan pengunjung Kondisi transportasi umum yang sudah memenuhi standar minimal pelayanan	2,5	
	Bangunan bersejarah	Terjaganya kelestarian dan kondisi bangunan-bangunan yang memiliki nilai sejarah sebagai warisan budaya dan daya tarik kawasan	3	
	Ruang industri	Kelengkapan ruang proses produksi berupa *workshop* basah dan kering serta ruang pengeringan dan penjemuran pada industri batik di Kampung Kauman Kelengkapan ruang pasca produksi berupa ruang *display/showroom* dan toko pada industri batik di Kampung Kauman	2,5	
Total Skor Variabel *Place*			**11**	**Sesuai**

4.2.5 Komponen *Product*

Pada Kampung Wisata Batik Kauman, produk yang dihasilkan adalah batik, sesuai dengan *tagline* yang dimiliki, yaitu "Kampung Wisata Batik Kauman". Kotler & Keller (2021) menjelaskan bahwa keragaman produk meliputi: (a) keragaman jenis; (b) keragaman bahan; dan (c) keragaman motif, yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dari hasil observasi, dapat diketahui bahwa 6 dari industri telah memiliki keragaman jenis produk batik. Jenis produk yang dihasilkan mulai dari produk busana, kerajinan, dan produk lain, seperti produk *handicraft*, edukasi, dan rumah tangga. Seluruh industri batik telah memiliki keberagaman motif dan bahan kain yang digunakan untuk menarik konsumen. Motif yang dihasilkan mulai dari batik klasik motif pakem, batik cap, dan batik kombinasi kemudian bahan kain juga memiliki pilihan yang beragam mulai dari bahan sutra, katun, rayon, chiffon, paris, prima, viscose, mori, hingga dolby. Sehingga hasil penelitian menunjukkan bahwa 70% industri batik pada Kampung Wisata Batik Kauman telah memiliki keberagaman produk yang selaras dengan teori Kotler & Keller (2021).

Tabel 8 berikut menunjukkan rekapitulasi hasil skoring subvariabel dan total skoring variabel *product*.

Tabel 8. Skoring Kesesuaian Variabel *Product*

Variabel	Subvariabel	Keterangan	Skor Subvariabel	Total Skor Variabel
Product		Keragaman bentuk seni batik yang dihasilkan oleh Kampung Wisata Batik Kauman	3	**3**
Total Skor Variabel *Product*			**3**	**Sesuai**

4.2. Komponen *Creative tourism* pada Kampung Batik Kauman

Setelah dilakukan kompilasi data dan skoring pada keseluruhan variabel, dilanjutkan dengan analisis tingkat kesesuaian Kampung Wisata Batik Kauman ditinjau berdasarkan komponen *creative tourism*. Tabel 9 berikut menunjukkan rekapitulasi Skoring Kesesuaian Keseluruhan Variabel. Dapat diketahui bahwa total skor kesesuaian variabel berjumlah 36 dari total maksimal skor 42. Selanjutnya dilakukan perhitungan persentase untuk mengetahui tingkat kesesuaian Kampung Wisata Batik Kauman Kota Surakarta terhadap konsep *creative tourism* dengan menggunakan rumus yang telah dijabarkan sebelumnya, sehingga diperoleh skor persentase 83,33%. Hal ini menginterpretasikan bahwa

Kampung Wisata Batik Kauman Kota Surakarta tergolong pada klasifikasi tingkat kesesuaian "Sangat Sesuai" berdasarkan konsep *creative tourism.*

Tabel 9. Rekapitulasi Skoring Kesesuaian Keseluruhan Variabel

Variabel	Skor variabel	Skor maksimal	Kesesuaian Variabel
People	9	12	Sesuai
Network	3	6	Tidak sesuai
Activity	9	9	Sesuai
Place	11	12	Sesuai
Product	3	3	Sesuai
Total Skor	**35**	**42**	**83.33% Sangat Sesuai**

5. KESIMPULAN

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan, eksplorasi teori, hingga analisis yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa Kampung Wisata Batik Kauman Kota Surakarta tergolong "Sangat Sesuai" dengan konsep *creative tourism*. Hal ini mengartikan bahwa Kampung Wisata Batik Kauman baik sebagai kampung wisata maupun kampung industri berpotensi menjadi pariwisata yang memenuhi standar sebagai wisata yang menerapkan konsep *creative tourism* di Kota Surakarta. Klasifikasi sangat sesuai tersebut secara konteks dapat diartikan bahwa mayoritas variabel komponen *creative tourism* di Kampung Wisata Batik Kauman telah terpenuhi, diantaranya variabel *activity*, *place*, dan *product*. Variabel yang tergolong cukup sesuai terhadap komponen *creative tourism* terdapat pada variabel *people*, yang artinya perlu dilakukan peningkatan terkait dukungan, kolaborasi, dan keterlibatan dari berbagai pihak dalam peningkatan dan pengembangan Kampung Wisata Batik Kauman. Sedangkan variabel yang tidak sesuai dan belum memenuhi komponen *creative tourism,* yaitu variabel *network* yang meliputi pemenuhan dukungan dari pemerintah sebagai fasilitator serta dukungan dari lembaga pembiayaan (swasta). Perlu dilakukan perbaikan serta peningkatan pada setiap komponen *creative tourism* untuk mewujudkan Kampung Wisata Batik Kauman sebagai destinasi pariwisata yang menerapkan konsep *creative tourism* secara optimal dan berkelanjutan. Terwujudnya kampung wisata dengan konsep *creative tourism* mampu menjadi langkah positif bagi Pemerintah Kota Surakarta untuk memperluas dan mengembangkan pariwisata-pariwisata lain dengan konsep *creative tourism* untuk mendongkrak peningkatan pariwisata dan mendukung Kota Surakarta sebagai Kota Kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

Akdemir, H., José, J. M. S. de S., & Gonçalves, A. R. (2023). Empirical Research on Creative Tourism: A Systematic Review. *Journal of Tourism & Development*, *41*, 531–550. https://doi.org/10.34624/rtd.v41i0.30537

Benhaida, S., & Safaa, L. (2024). Creative Tourism: Two Decades of Conceptual Evolution and Characterization. *Administrative Sciences*, *14*(8), 1–30. https://doi.org/10.3390/admsci14080172

Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2007). *Studi Industri Kreatif Indonesia 2007 Bagian I*. Departemen Perdagangan Republik Indonesia.

Ginting, G., Dewi, I. J., Maesaroh, I., & Maria, M. (2023). Development Concept and Strategy for Creative Tourism of Community-Based Tourism Destinations in Yogyakarta. *Ilomata International Journal of Management*, *4*(1), 58–72. https://doi.org/10.52728/ijjm.v4i1.637

Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host Attitudes Toward Tourism: An Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, *31*(3), 495–516. https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008

Hadiwijoyo, S. S. (2012). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat: Sebuah Pendekatan Konsep*. Graha Ilmu.

Hermantoro, H. (2011). *Creative-Based Tourism : dari Wisata Rekreatif Menuju Wisata Kreatif*. Aditri: Cinere Depok.

Istoc, E.-M. (2012). Urban Cultural Tourism and Sustainable Development. *International Journal for Responsible Tourism*, *1*(1), 38–56.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson.

Kuncoro, M. (2004). *Otonomi Daerah dan Pembangunan Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang*. Erlangga.

Moleiro, D. (2023). Creative Tourism Research: from a Critical Review of the Literature to Future Research Opportunities. *Journal of Tourism & Development Development*, *41*, 247–262.

Musikyan, S. (2016). *The Influence of Creative Tourism on Sustainable Development of Tourism and Reduction of Seasonality–Case Study of Óbidos*. Instituto Politecnico de Leiria.

Nawangsih. (2017). Nilai Kearifan Lokal Kawasan Wisata Menggunakan Pendekatangreen Marketing Berbasis Masyarakat. *WIGA: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, *7*(1), 57–65.

Pearce, D. G. (2015). Destination Management in New Zealand: Structures and Functions. *Journal of Destination Marketing &*

Management, *4*(1), 1–12. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2014.12.001

Putra, A. M. (2012). Konsep Desa Wisata. *Jurnal Manajemen Dan Pariwisata II*, *5*(1).

Ratriningsih, D. (2017). Arahan Penataan Kampung Tradisional Wisata Batik Kauman Surakarta. *INERSIA*, *13*(2), 116–128. https://doi.org/10.21831/inersia.v13i2.17175

Resmawa, I. N., & Masruroh, S. (2019). Konsep dan Strategi Pengembangan Creative Tourism pada Kampung Parikan Surabaya. *IKRAITH-HUMANIORA*, *3*(2), 25–30.

Richards, G. (2011). Creativity and tourism: the State of the Art. *Annals of Tourism Research*, *38*(4), 1225–1253. https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008

Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, *23*(8), 16–20. https://doi.org/10.17605/OSF.IO/YWEG7

Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing Creativity in Tourist Experiences: A Solution to The Serial Reproduction of Culture? *Tourism Management*, *27*(6), 1209–1223. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002

Sharma, I., Lim, W. M., & Aggarwal, A. (2025). Creative Tourism: Reviewing the Past and Charting the Future. *Benchmarking: An International Journal*, *32*(11), 109–149. https://doi.org/10.1108/BIJ-11-2023-0787

Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., & Triyuni, N. N. (2020). Tourist Loyalty in Creative Tourism: the Role of Experience Quality, Value, Satisfaction, and Motivation. *Current Issues in Tourism*, *23*(7), 867–879. https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1568400

Tiaranisa, & Priyatmono, A. F. (2022). *Penataan Kampung Kauman Surakarta Berbasis Wisata Kreatif*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wisudawati, N. N. S., Sari, P. R. J., & Widhiasthini, N. W. (2023). Mapping the Potential Creative Tourism Based Community to Build Creative Experience in Gianyar Regency. *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, *25*(2), 251–257. https://doi.org/10.25077/jantro.v25.n2.p252-257.2023

Zadel, Z., & Rudan, E. (2019). In the Search for New Experinces - the Way to Creative Tourism Development. *International Journal of Euro-Mediterranean Studies*, *12*(2), 3–20.