

**ANALISIS POTENSI DAN PENGEMBANGAN
OBJEK WISATA BUDAYA DI KOTA SURAKARTA
TAHUN 2018-2022**

**Mochammad Syifa; Dra. Umrotun, M.Si
Program Studi Geografi, Fakultas Geografi,
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Abstrak

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Surakarta mempunyai visi untuk mewujudkan Surakarta sebagai Kota Budaya yang Modern, Tangguh, Gesit, Kreatif, dan Sejahtera. Oleh karena itu, Kota Surakarta didukung dengan berbagai jenis objek wisata bertemakan budaya yang memiliki potensi yang dapat dikembangkan, tetapi permasalahannya adalah pengembangan objek wisata budaya di Kota Surakarta belum menyeluruh yang menyebabkan jumlah pengunjung hanya tinggi di objek wisata tertentu saja. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal potensi objek wisata budaya serta menganalisis pengembangannya. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya, teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skoring yang sumber datanya berasal dari Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA) dan beberapa sumber lain yang terkait, sedangkan untuk metode analisis datanya menggunakan SWOT yang didapatkan melalui wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa objek wisata yang memiliki potensi internal sedang adalah Kampung Wisata Budaya Baluwarti, Museum Radya Pustaka, Pasar Antik Triwindu, dan Keraton Kasunanan Surakarta. Di samping itu, untuk yang memiliki potensi internal tinggi adalah Kampung Batik Kauman, Kampung Batik Laweyan, Museum Keris Nusantara, dan Puro Mangkunegaran, sedangkan untuk potensi eksternalnya objek wisata budaya di Kota Surakarta telah memiliki potensi eksternal dalam tingkat tinggi. Strategi pengembangan yang tepat melalui analisis SWOT adalah dengan memaksimalkan promosi budaya yang berbasis *online*, mengajak pihak luar untuk bekerja sama, mengadakan pelatihan kepada pihak-pihak yang berada di internal objek wisata, menambah alternatif kegiatan yang dapat dilakukan di objek wisata, dan mendigitalisasi koleksi yang ada.

Kata Kunci: objek wisata budaya, pengembangan wisata, SWOT, Kota Surakarta.

Abstract

The Surakarta City “Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Tahun 2021-2026” has a vision to realize Surakarta as a Modern, Resilient, Agile, Creative and Prosperous Cultural City. Therefore, the City of Surakarta is supported by various types of cultural-themed tourist attractions which have the potential to be developed, but the problem is that the development of cultural tourist attractions in the City of Surakarta is not yet comprehensive, which causes the number of visitors to only be high at certain tourist attractions. The aim of this research is to analyze the internal and external factors of the potential of cultural tourism objects and analyze their development. The data collection methods used were observation, interviews and documentation. Furthermore, the data processing technique used in this research is scoring, the data source of which comes from Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2016-2026 and several other related sources, while the data analysis method uses SWOT obtained through interviews. The research results show that tourist attractions that have moderate internal potential are the Baluwarti Cultural Tourism Village, the Radya Pustaka Museum, the Triwindu Antique Market, and the Surakarta Kasunanan Palace. Apart from that, those that have high internal potential are Kampung Batik Kauman, Kampung Batik Laweyan, Keris Nusantara Museum, and Puro Mangkunegaran, while for external

potential cultural tourism objects in the city of Surakarta already have a high level of external potential. The appropriate development strategy through SWOT analysis is to maximize online-based cultural promotion, invite external parties to collaborate, provide training to parties within the tourist attraction, add alternative activities that can be carried out at the tourist attraction, and digitize the existing collections.

Keywords: cultural tourism attractions, tourism development, SWOT, Surakarta City.

1. PENDAHULUAN

Geografi adalah sebuah bagian ilmu yang menguraikan tentang beberapa komponen berikut ini, diantaranya adalah terkait permukaan bumi, flora, fauna, dan hasil-hasil yang didapatkan dari bumi. Kajian ilmu ini menghasilkan 2 aspek penting, yakni aspek fisik dan manusia. Geografi modern membagi ilmu geografi atas 4 cabang penting, diantaranya adalah geografi matematik, geografi fisik, antropogeografi dan geografi historik (Marbun, 1982).

Kajian pariwisata dalam bidang geografi atau geografi pariwisata, merupakan sebuah kajian geografi yang termasuk dalam cakupan geografi ekonomi. Tujuan dari geografi ekonomi yaitu mempelajari terkait aktivitas ekonomi dalam pendekatan keruangan, dan salah satu bentuknya adalah aktivitas pariwisata. Pariwisata termasuk dalam aktivitas ekonomi sebab pariwisata dapat memunculkan perputaran dan pendistribusian uang, barang, dan jasa, sehingga dalam kegiatan pariwisata terdapat konsumen dan produsen. Ilmu pariwisata masih berusia cukup muda, hal ini dikarenakan sebelumnya pariwisata hanyalah sebuah kajian. Dengan perkembangan bisnis pariwisata, maka fenomena sosial pariwisata terus berkembang. Perkembangan pariwisata dalam hal institusi dimulai pada tahun 1970-an dimana mulai terdapat Sekolah Menengah dan Perguruan Tinggi yang membuka program studi pariwisata. Ilmu pariwisata merupakan sebuah ilmu yang bersifat interdisiplin, yakni mendapat pengaruh dari ilmu-ilmu lainnya. Contohnya pariwisata dan ekonomi menjadi ekonomi pariwisata, sosiologi dan pariwisata menjadi sosiologi pariwisata, hukum dan pariwisata menjadi hukum pariwisata, dan geografi dan wisata menjadi geografi pariwisata (Arjana, 2016).

Menurut Syarifuddin (2016), pariwisata budaya adalah sebuah bentuk wisata yang memiliki tujuan untuk menambah informasi dan pengetahuan terkait perilaku masyarakat yang terdapat di suatu wilayah, yang didalamnya terdapat hasil kebudayaan bangsa dan hasil ciptaan manusia.

Kota Surakarta memiliki berbagai objek wisata budaya. Dan jumlah objek wisata budaya yang dikaji dalam penelitian ini berjumlah 8, diantaranya adalah

Kampung Batik Kauman, Kampung Batik Laweyan, Kampung Wisata Budaya Buluwarti, Museum Keris Nusantara, Museum Radya Pustaka, Pasar Antik Triwindu, Puro Mangkunegaran, dan Keraton Kasunanan Surakarta.

Jumlah pengunjung yang terdapat di objek wisata budaya di Kota Surakarta cenderung mengalami fase naik turun, terlebih pada era COVID'19, dan distribusi jumlah pengunjung antara objek wisata budaya yang satu dengan yang belum merata, sehingga terdapat 1 objek dengan jumlah pengunjung yang banyak seperti Puro Mangkunegaran, dan objek dengan jumlah pengunjung yang sedikit seperti Kampung Wisata Budaya Buluwarti. Dengan halini, perlu adanya pengembangan dari objek wisata budaya di Kota Surakarta secara menyeluruh, sehingga peneliti memutuskan untuk meneliti dengan judul “Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Budaya di Kota Surakarta Tahun 2018-2022” yang menggunakan rentang 5 tahun sebagai perbandingan.

2. METODE

Secara garis besar, metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang dilakukan dengan observasi dan wawancara, dan metode pengambilan sampelnya adalah metode survei dengan mengambil sebanyak 8 objek dari 11 total objek wisata berteman budaya yang tercatat di Buku Pariwisata Jawa Tengah Tahun 2018-2020. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer yang mencakup observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi, serta data sekunder. Observasi dilakukan pada objek wisata budaya dengan menggunakan skoring yang berindeks 1-2 atau 1-3 yang disesuaikan dengan variabel dan indikatornya. Sedangkan wawancara dilakukan kepada pihak internal objek wisata sebagai data untuk melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), dan dokumentasi dilakukan sebagai pelengkap dari penelitian.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah lembar observasi, daftar pertanyaan, wawancara, telepon seluler untuk keperluan dokumentasi, dan software *Arcgis* untuk pembuatan peta, dan untuk bahan penelitiannya adalah data pengunjung objek wisata, peta administrasi Kota Surakarta, koordinat lokasi objek wisata budaya Kota Surakarta, dan peta persebaran wisata budaya Kota Surakarta. Teknik pengolahan data dalam penelitian ini terbagi menjadi 7 langkah, diantaranya adalah penentuan variabel dan indikator, skoring, perhitungan skor yang didapat, klasifikasi potensi objek wisata yang terbagi menjadi klasifikasi potensi internal dan klasifikasi potensi eksternal

Penentuan variabel digunakan untuk membuat lembar observasi yang berkaitan

dengan objek wisata budaya di Kota Surakarta, penentuan ini menggunakan teori 6A yang menghasilkan berbagai indikator potensi internal dan eksternal dari objek yang diteliti. Indikator-indikator ini didapatkan melalui RIPPDA (Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah) dan beberapa sumber lainnya yang masih berkaitan.

Tabel 1. Variabel Penelitian dan Skor Potensi Internal dan Eksternal Objek Wisata Budaya di Kota Surakarta

Variabel Potensi Internal	Indikator	Sub-Indikator	Parameter	Skor		
<i>Attractions</i>	Daya Tarik Wisata	Keunikan	Objek wisata kurang memiliki keunikan	(1)		
			Objek wisata memiliki keunikan dalam tingkatan "cukup/sedang"	(2)		
			Objek wisata memiliki keunikan dalam tingkatan "tinggi"	(3)		
			Keindahan	Objek wisata kurang memiliki keindahan	(1)	
				Objek wisata memiliki keindahan dalam tingkatan "cukup/sedang"	(2)	
				Objek wisata memiliki keindahan dalam tingkatan "tinggi"	(3)	
		Nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan budaya	Objek wisata kurang memiliki kekayaan budaya	(1)		
			Objek wisata memiliki kekayaan budaya dalam tingkatan "cukup/sedang"	(2)		
			Objek wisata memiliki kekayaan budaya dalam tingkatan "tinggi"	(3)		
		<i>Activities</i>	Adanya <i>something to see</i> yang ditawarkan oleh objek wisata	Adanya pertunjukan budaya/event yang berkaitan dengan budaya	Objek wisata tidak memiliki pertunjukan budaya/event	(1)
					Objek wisata memiliki pertunjukan budaya/event dalam tingkatan "cukup/sedang"	(2)
					Objek wisata memiliki pertunjukan budaya/event dalam tingkatan "tinggi"	(3)
Adanya <i>something to do</i> yang ditawarkan oleh objek wisata	Keberagaman aktivitas yang ditawarkan oleh objek wisata		Tidak banyak/kurangnya aktivitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan	(1)		
			Objek wisata menawarkan aktivitas yang dapat dilakukan oleh wisatawan dalam tingkatan "cukup/sedang"	(2)		
			Objek wisata "banyak" menawarkan alternatif kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan	(3)		
Adanya <i>something to learn</i> yang ditawarkan oleh objek wisata	Pengetahuan yang ditawarkan oleh objek wisata		Kurangnya pengetahuan/pembelajaran yang ditawarkan oleh objek wisata	(1)		
			Objek wisata memberikan pembelajaran dalam tingkatan "cukup/sedang"	(2)		
			Objek wisata memiliki banyak sekali pembelajaran	(3)		
Adanya <i>something to buy</i> yang ditawarkan oleh objek wisata	Ketersediaan ragam kuliner/kerajinan yang dapat dibeli oleh wisatawan		Tidak tersedia ragam kuliner/kerajinan yang dapat dibeli oleh wisatawan	(1)		
			Terdapat sedikit ragam kuliner/kerajinan yang dapat dibeli oleh wisatawan	(2)		
			Terdapat banyak ragam kuliner/kerajinan yang dapat dibeli oleh wisatawan	(3)		
Variabel Potensi Eksternal	Indikator		Sub-Indikator	Parameter	Skor	
<i>Accessibility</i>	Penyediaan dan pengembangan prasarana dan sarana transportasi angkutan jalan, angkutan udara dan angkutan kereta api		Adanya transportasi angkutan jalan	Tidak dapat dijangkau oleh transportasi angkutan jalan	(1)	
				Dapat dijangkau oleh transportasi angkutan jalan	(2)	
	Akses kondisi jalan yang	Terpeliharanya jalan	Kondisi jalan menuju	(1)		

	dapat dilalui	menuju destinasi pariwisata daerah	destinasi wisata tidak/kurang terpelihara	
			Kondisi jalan menuju destinasi wisata cukup terpelihara	(2)
			Kondisi jalan menuju destinasi wisata sangat terpelihara	(3)
Ancillary Services	Layanan yang digunakan oleh wisatawan	Fasilitas keuangan dan perbankan, seperti: Anjungan Tunai Mandiri dan tempat penukaran uang (<i>money changer</i>)	Tidak tersedia Anjungan Tunai Mandiri (ATM) dalam radius 1 km dari lokasi objek wisata	(1)
			Tersedia Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang berjumlah 1-2 dalam radius 1 km dari lokasi objek wisata	(2)
			Tersedia Anjungan Tunai Mandiri (ATM) yang berjumlah >2 dalam radius 1 km dari lokasi objek wisata	(3)
		Fasilitas bisnis, seperti: kios kelontong dan obat 24 (dua puluh empat) jam (<i>drug store</i>), warung internet, telepon umum, sarana penitipan/penyimpanan barang (<i>public locker</i>)	Tidak tersedia fasilitas bisnis	(1)
			Tersedia fasilitas bisnis	(2)
		Fasilitas kesehatan	Tidak tersedia fasilitas kesehatan di sekitar lokasi objek wisata	(1)
			Tersedia fasilitas kesehatan berjumlah 1-2 dalam radius 1 km dari lokasi objek wisata	(2)
			Tersedia fasilitas kesehatan yang berjumlah >2 dalam radius 1 km dari lokasi objek wisata	(3)
		Fasilitas sanitasi dan kebersihan, seperti: toilet umum, jasa binatu (<i>laundry</i>), dan tempat sampah	Tidak tersedia fasilitas sanitasi dan kebersihan seperti toilet umum	(1)
			Tersedia fasilitas sanitasi dan kebersihan seperti toilet umum dalam jumlah 1-2	(2)
			Tersedia fasilitas sanitasi dan kebersihan seperti toilet umum dalam jumlah >2	(3)
			Tidak tersedia fasilitas sanitasi dan kebersihan seperti tempat sampah	(1)
			Tersedia fasilitas sanitasi dan kebersihan seperti tempat sampah dalam jumlah 1-2	(2)
			Tersedia fasilitas sanitasi dan kebersihan seperti tempat sampah dalam jumlah >2	(3)
		Fasilitas rekreasi, seperti fasilitas peristirahatan (<i>rest area</i>), fasilitas bermain anak-anak, fasilitas olahraga, dan fasilitas pejalan kaki (<i>pedestrian</i>)	Tidak tersedia fasilitas rekreasi seperti fasilitas pejalan kaki (<i>pedestrian</i>)	(1)
			Tersedia fasilitas rekreasi seperti fasilitas pejalan kaki (<i>pedestrian</i>)	(2)
		Fasilitas lahan parkir	Tidak tersedia lahan parkir	(1)
			Tersedia lahan parkir tetapi jumlahnya terbatas (tidak mampu menampung kendaraan saat sedang ramai oleh pengunjung)	(2)
			Tersedia dan selalu cukup menampung kendaraan saat ramai pengunjung (kendaraan tidak meluber)	(3)
		Fasilitas ibadah	Tidak tersedia fasilitas ibadah	(1)
			Tersedia fasilitas ibadah	(2)
Available Packages	Adanya paket wisata yang telah diorganisir oleh pihak yang berkaitan dengan objek wisata	Adanya <i>tour guide</i> /paket yang ditawarkan oleh destinasi objek wisata	Tidak terdapat <i>tour guide</i> /paket wisata di lokasi objek wisata	(1)
			Tersedia <i>tour guide</i> /paket wisata di lokasi objek wisata	(2)
Amenities	Fasilitas yang berbentuk akomodasi dan layanan wisata	Fasilitas akomodasi	Tidak tersedia fasilitas penginapan	(1)
			Tersedia fasilitas penginapan dalam jumlah 1-2 dalam radius 1 km dari lokasi objek wisata	(2)
			Tersedia fasilitas penginapan dalam jumlah	(3)

			>2 dalam radius 1 km dari lokasi objek wisata	
		Fasilitas rumah makan	Tidak tersedia fasilitas rumah makan	(1)
			Tersedia fasilitas rumah makan yang berjumlah 1-2 dalam radius 1 km dari lokasi objek wisata	(2)
			Tersedia fasilitas rumah makan yang berjumlah >2 dalam radius 1 km dari lokasi objek wisata	(3)
		Fasilitas informasi dan pelayanan pariwisata, fasilitas pelayanan keimigrasian, pusat informasi pariwisata (<i>tourism information center</i>), dan <i>e-tourism kiosk</i>	Tidak tersedia fasilitas informasi, pelayanan pariwisata, dan portal informasi berbasis <i>web</i>	(1)
			Tersedia fasilitas informasi, pelayanan pariwisata, dan portal informasi berbasis <i>web</i>	(2)
		Penunjuk arah/papan informasi wisata/rambu lalu lintas wisata (<i>tourism sign and posting</i>)	Tidak tersedia penunjuk arah/papan informasi wisata/rambu lalu lintas wisata (<i>tourism sign and posting</i>)	(1)
			Tersedia penunjuk arah/papan informasi wisata/rambu lalu lintas wisata (<i>tourism sign and posting</i>)	(2)

Sumber: Soekadijo (dalam Abdulhaji dan Yusuf, 2016), Wiranatha (dalam Suryawardani dkk (2014), Suwena dan Widyatmaja (2017), Buhalis (2000), RIPPDA Kota Surakarta, dan Analisis Penulis (2023).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah sebuah akronim dari *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis ini dapat digunakan sebagai evaluasi atas kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. SWOT merupakan sebuah analisis yang bersifat subjektif, dan analisis ini memberikan *output* yang berupa sebuah arahan (Nur'aini, 2016).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Klasifikasi Potensi Internal Objek Wisata

Menurut Sudjana (dalam Purwaningsih dkk, 2012), untuk menentukan panjang kelas interval dapat menggunakan aturan Sturges, aturan ini adalah.

$$P = \frac{R}{K}$$

Klasifikasi potensi internal objek wisata dapat diketahui dengan menggunakan rumus Sturges, yaitu dengan mengetahui skor tertinggi dan skor terendah yang didapatkan melalui observasi. Diketahui skor tertinggi dari potensi internal objek wisata budaya di Kota Surakarta adalah (21) dan skor terendahnya adalah (7), dan intervalnya adalah (3). Perhitungannya adalah sebagai berikut.

$$P = \frac{R}{K}$$

$$P = \frac{\text{data tertinggi} - \text{data terendah}}{\text{interval kelas}}$$

$$P = \frac{21 - 7}{3}$$

$$P = \frac{14}{3} = 4,6 (5)$$

- Kelas berpotensi rendah apabila nilai skor total 7-11
- Kelas berpotensi sedang apabila nilai skor total 12-16
- Kelas berpotensi tinggi apabila nilai skor total 17-21

Tabel 2. Klasifikasi Potensi Internal Objek Wisata Budaya di Kota Surakarta

Objek Wisata Budaya	Potensi Internal (Penilaian Rata-Rata)							Total Skor	Klasifikasi
	Attractions			Activities					
	Variabel								
Indikator	A	B	C	D	E	F	G		
Kampung Batik Kauman	3	3	3	2	3	2.3	3	19.3 (19)	Tinggi
Kampung Batik Laweyan	2.3	2	2.6	2.3	2	2.3	3	16.5 (17)	Tinggi
Kampung Wisata Budaya Baluwarti	2	1.6	2.6	2.3	2.3	2	2.3	15.1 (15)	Sedang
Museum Keris Nusantara	3	2.6	2.6	2.6	2	2.6	2.3	17.7 (18)	Tinggi
Museum Radya Pustaka	2.3	2.3	3	3	1.3	2.3	1.6	15.8 (16)	Sedang
Pasar Antik Triwindu	3	2	3	1.3	1.6	1	3	14.9 (15)	Sedang
Puro Mangkunegaran	3	3	3	3	2	3	2.3	19.3 (19)	Tinggi
Keraton Kasunanan Surakarta	2.3	2.3	2.3	2.3	1.3	2.6	3	16.1 (16)	Sedang

Sumber: Penulis, 2023

Keterangan.

- A : Keunikan
 B : Keindahan
 C : Nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan budaya
 D : Pertunjukan budaya/event di lokasi objek wisata
 E : Aktivitas yang dapat dilakukan di lokasi objek wisata
 F : Pengetahuan/pembelajaran yang didapatkan dari lokasi objek wisata
 G : Ragam kuliner/kerajinan yang dapat dibeli di lokasi objek wisata

3.2 Klasifikasi Potensi Eksternal Objek Wisata

Klasifikasi potensi eksternal objek wisata dapat diketahui dengan menggunakan rumus Sturges, yaitu dengan mengetahui skor tertinggi dan skor terendah yang didapatkan melalui observasi. Diketahui skor tertinggi dari potensi eksternal objek wisata budaya di Kota Surakarta adalah (45) dan skor terendahnya adalah (15), dan

intervalnya adalah (3). Perhitungannya adalah sebagai berikut.

$$P = \frac{R}{K}$$

$$P = \frac{\text{data tertinggi} - \text{data terendah}}{\text{interval kelas}}$$

$$P = \frac{45 - 15}{3}$$

$$P = \frac{30}{3} = 10$$

- Kelas berpotensi rendah apabila nilai skor total 15-24
- Kelas berpotensi sedang apabila nilai skor total 25-34
- Kelas berpotensi tinggi apabila nilai skor total 35-44

Tabel 3. Klasifikasi Potensi Eksternal Objek Wisata Budaya di Kota Surakarta

Objek Wisata Budaya	Potensi Eksternal (Penilaian Rata-Rata)															Total Skor	Klasifikasi
	Accessibility		Ancillary Services								Available Packages	Amenities					
	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V		
Kampung Batik Kauman	2	2.3	3	2	3	3	3	2	2.3	2	1	3	3	2	2	35.6 (36)	Tinggi
Kampung Batik Laweyan	2	2.6	3	2	3	3	3	2	2.3	2	2	3	3	2	2	36.9 (37)	Tinggi
Kampung Wisata Budaya Baluwarti	2	2.3	3	2	3	3	3	2	2.3	2	2	3	3	2	2	36.6 (37)	Tinggi
Museum Keris Nusantara	2	3	3	2	3	3	3	2	2.6	2	2	3	3	2	2	37.6 (38)	Tinggi
Museum Radya Pustaka	2	2.6	3	2	3	3	3	2	2.3	1	2	3	3	2	2	35.9 (36)	Tinggi
Pasar Antik Triwindu	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	1	3	3	2	2	36	Tinggi
Puro Mangkunegaran	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	38	Tinggi
Keraton Kasunanan Surakarta	2	2.6	3	2	3	3	3	2	2.3	2	2	3	3	2	2	36.9 (37)	Tinggi

Sumber: Penulis, 2023

Keterangan

H : Adanya transportasi angkutan jalan

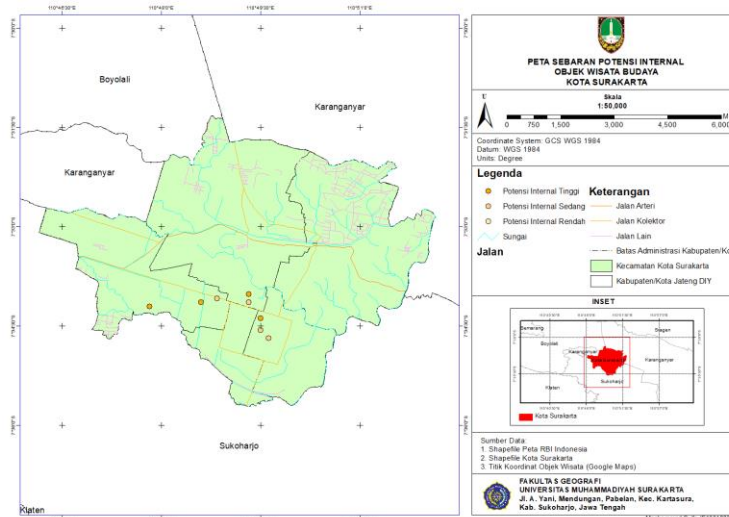
I : Terpeliharanya jalan menuju destinasi pariwisata daerah

J : Fasilitas keuangan dan perbankan, seperti: Anjungan Tunai Mandiri dan tempat penukaran uang (*money changer*)

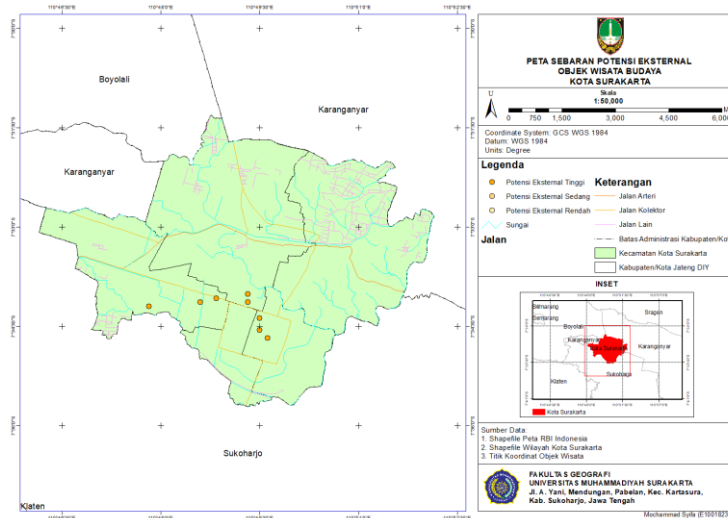
K : Fasilitas bisnis, seperti: kios kelontong dan obat 24 (dua puluh empat) jam (*drug store*), warung internet, telepon umum, sarana penitipan/penyimpanan barang (*public locker*)

- L : Fasilitas kesehatan
- M : Fasilitas sanitasi dan kebersihan, seperti: toilet umum, jasa binatu (*laundry*), dan tempat sampah
- N : Fasilitas sanitasi dan kebersihan, seperti: toilet umum, jasa binatu (*laundry*), dan tempat sampah
- O : Fasilitas rekreasi, seperti fasilitas peristirahatan (*rest area*), fasilitas bermain anak-anak, fasilitas olahraga, dan fasilitas pejalan kaki (*pedestrian*)
- P : Fasilitas lahan parkir
- Q : Fasilitas ibadah
- R : *Tour guide*/paket wisata di lokasi objek wisata
- S : Fasilitas akomodasi
- T : Fasilitas rumah makan
- U : Fasilitas informasi dan pelayanan pariwisata, fasilitas pelayanan keimigrasian, pusat informasi pariwisata (*tourism information center*), dan *e-tourism kiosk*
- V : Penunjuk arah/papan informasi wisata/rambu lalu lintas wisata (*tourism sign and posting*)

Dengan hasil yang didapatkan dari potensi internal dan potensi eksternal, maka gambaran petanya adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Peta Sebaran Potensi Internal



Gambar 2. Peta Sebaran Potensi Eksternal

3.3 Strategi Pengembangan Objek Wisata Budaya di Kota Surakarta

Berikut adalah strategi pengembangan objek wisata budaya di Kota Surakarta yang telah dianalisis menggunakan SWOT, strategi akan dijelaskan pada tabel 5 dibawah ini.

Tabel 5. Strategi Pengembangan Objek Wisata Budaya di Kota Surakarta

Objek Wisata	Faktor Pendukung	Faktor Penghambat	Strategi Pengembangan
1. Kampung Batik Kauman	Memiliki 5-6 usaha batik yang masih bertahan dan memiliki berbagai usaha kuliner. Selain itu, didukung juga dengan adanya kerja sama dengan berbagai pihak luar serta ekspor	Terdapat berbagai kendala terkait dengan kepengurusan paguyuban dan pemasaran dalam bentuk <i>online</i> . Selain itu, belum memiliki TIC dan paket wisata yang memadai	<ul style="list-style-type: none"> - Memaksimalkan ekspor tidak hanya batik saja tetapi juga kuliner yang telah ada - Memaksimalkan alternatif kegiatan yang dapat dilakukan di Kampung Batik Kauman - Memaksimalkan promosi produk-produk melalui <i>e-commerce</i> - Mengajak pihak luar untuk bekerja sama dengan paguyuban untuk membentuk paguyuban menjadi lebih baik lagi dengan mengadakan rapat yang lebih formal - Melakukan diskusi mengenai <i>e-commerce</i> dan langkah promosi lainnya
2. Kampung Batik Laweyan	Saat ini masih mempertahankan 60 gerai batik dan berbagai usaha kuliner. Di samping itu, telah ditetapkan menjadi objek vital nasional dan klaster batik dan didukung dengan berbagai paket wisata	Tidak memiliki pertunjukan budaya, TIC yang kurang mendukung, dan kegiatannya kurang diberikan dukungan oleh pemerintah	<ul style="list-style-type: none"> - Mempertahankan paket yang telah tersedia - Mengadakan pelatihan untuk pengusaha kuliner di Laweyan dan mengajukan kerja sama dengan pihak lain - Mengadakan pertunjukan budaya yang bersifat mingguan atau mengadakan kompetisi yang bertemakan kebudayaan - Menggandeng pemerintah untuk melakukan sarasehan
3. Kampung Wisata Budaya Baluwarti	Merupakan sebuah objek wisata dengan daya tarik rumah-rumah pangeranan yang masih 1 kawasan dengan Keraton Kasunanan Surakarta dan memiliki berbagai atraksi wisata seperti gamelan, janur, <i>ngadi busono</i> , <i>suraloka</i> , dan lain sebagainya. Di samping itu, objek wisata ini juga telah menggunakan kecanggihan teknologi informasi dengan baik	Belum memiliki paket wisata yang terorganisir dengan baik dan letaknya yang sulit diakses oleh kendaraan umum	<ul style="list-style-type: none"> - Menggiatkan promosi berbasis <i>online</i> - Mengadakan kegiatan tambahan selain <i>suraloka</i> - Berkolaborasi bersama dengan pemerintah dan Keraton Kasunanan Surakarta terkait dengan masalah yang tengah dihadapi
4. Museum Keris Nusantara	Museum Keris Nusantara pertama di seluruh Indonesia dan memiliki 409 koleksi pusaka dan perpustakaan. Selain itu, museum ini telah melakukan berbagai promosi berbasis	Buku yang hanya dapat diakses di tempat dan banyaknya masyarakat yang beranggapan bahwa keris merupakan hal gaib	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat <i>branding</i> terkait perpustakaan, yang dapat diwujudkan melalui kompetisi atau lomba berbasis media sosial

	media sosial dan kerja sama dengan UPTD Museum sehingga dapat menghasilkan banyak antusiasme dari pengunjung		<ul style="list-style-type: none"> - Mengadakan <i>webinar</i> untuk meyakinkan masyarakat terkait peninggalan budaya keris yang bukan merupakan hal gaib - Mendigitalisasi buku - Menggandeng pihak-pihak tertentu untuk mempromosikan perpustakaan dan Museum Keris Nusantara secara keseluruhan
5. Museum Radya Pustaka	Merupakan museum dengan berbagai koleksi naskah dan manuskrip yang berdiri sejak tahun 1913 yang telah banyak dimanfaatkan untuk melakukan riset dan telah memiliki berbagai kegiatan penunjang pengembangan wisata	Koleksi yang sudah berusia ratusan tahun serta kapasitas yang terbatas. Hal ini ditambah dengan banyaknya museum dengan konsep yang serupa	<ul style="list-style-type: none"> - Memaksimalkan kegiatan wisata yang ada dengan menerapkan batasan pada pengunjung - Mendigitalisasi naskah-naskah yang ada - Menambah atraksi lain diluar naskah dan manuskrip, salah satunya adalah dengan menambah kegiatan berunsur budaya - Melakukan pembersihan koleksi museum di waktu tertentu
6. Pasar Antik Triwindu	Menjual barang-barang antik yang didukung dengan adanya 180-an jumlah pedagang aktif. Selain itu, banyak ditemui acara-acara di sekitar Pasar Antik Triwindu yang diadakan oleh pihak luar yang secara tidak langsung dapat mengenalkan Pasar Antik Triwindu kepada pihak umum dan juga telah mengadakan kerja sama bersama Dinas Perdagangan dan Dinas Pariwisata	Penjualannya masih sedikit yang beralih ke <i>online</i> ditambah dengan promosi melalui media sosial masih minim	<ul style="list-style-type: none"> - Mengadakan acara di dalam kawasan Pasar Antik Triwindu (tidak di luar) - Membuat kolaborasi antara pedagang dengan pihak luar - Menggiatkan promosi secara <i>online</i> - Membuat <i>website</i> yang menjelaskan mengenai koleksi-koleksi di Pasar Antik Triwindu
7. Puro Mangkunegaran	Merupakan sebuah kediaman keluarga Mangkunegaran yang didukung dengan atraksi mingguan dan kegiatan-kegiatan dari pihak luar. Selain itu, telah melakukan promosi dengan baik salah satunya dengan mengundang <i>influencer</i> dan telah mendapatkan bantuan dana dari pemerintah dan BUMN	Pengunjung perpustakaan yang tidak sebanyak pengunjung atraksi lain. Selain itu, banyak dari pengunjung yang melanggar aturan yang telah ditetapkan oleh pihak Puro Mangkunegaran. Di samping itu, Puro Mangkunegaran masih memerlukan evaluasi dalam hal pertahanan pengunjung	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan kolaborasi dengan berbagai pihak luar untuk mempertahankan antusiasme pengunjung - Mengarahkan <i>abdi dalem</i> untuk mensosialisasikan mengenai perpustakaan saat memandu wisata - Memantau pengunjung lebih dalam lagi - Mengadakan kompetisi yang berkaitan dengan perpustakaan Puro Mangkunegaran
8. Keraton Kasunanan Surakarta	Memiliki perpustakaan yang mencakup manuskrip induk dan telah memiliki berbagai acara dan saat ini sedang berproses untuk melakukan digitalisasi semenjak pergantian ke kelembagaan yang baru	Baru mengalami kenaikan setelah pergantian kelembagaan sehingga perlu adanya langkah pertahanan jumlah pengunjung. Selain itu, dana dari pemerintah masih dianggap kurang terkait acara, gaji, dan lain sebagainya	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan digitalisasi dalam hal pemesanan tiket dan lain sebagainya dengan tidak mengesampingkan tiket konvensional - Bekerja sama dengan kelembagaan dan pemerintah untuk membuat sebuah inovasi dan menyelesaikan masalah yang ada - Mengadakan pelatihan terhadap kelembagaan yang baru terutama dalam hal teknologi informasi - Membuat sedikit pratinjau terkait dengan koleksi di Sasana Pustaka

Sumber: Penulis, 2023

3.4 Analisis Objek Wisata Budaya di Kota Surakarta Tahun 2018-2022

Wisata Budaya yang ada di Surakarta secara umum mengalami transisi dalam periode 5 tahun dari 2018-2022. Pada tahun 2018-2019 sebelum adanya COVID'19, kunjungan wisata yang ada di wisata budaya yang ada di Kota Surakarta cenderung stabil, tetapi sejak COVID'19 masuk ke Indonesia pada tahun 2020, seluruh objek wisata mengalami dampak atas terjadinya COVID'19 baik dalam tingkatan yang kecil maupun besar.

Pandemi COVID'19 sedikit berpengaruh positif dalam hal kunjungan pada

objek wisata Kampung Batik Kauman, tetapi negatif dalam hal transaksi, hal ini dapat dirasakan pada pengunjung yang memilih Kampung Batik Kauman pada era COVID'19 sebagai destinasi berkunjung dikarenakan letaknya yang dekat. Kendati demikian, transaksi toko tidak berjalan selama beberapa waktu dikarenakan adanya larangan dari walikota untuk membuka toko selama kurang lebih 1 bulan terhitung dari Maret-April 2020.

Objek wisata Kampung Batik Laweyan memiliki jumlah kunjungan yang cukup tinggi sebelum adanya pandemi COVID'19, tepatnya pada tahun 2018-2019. Hal ini juga berlaku pada aspek ekonomi warga Laweyan, dimana sebelum adanya pandemi COVID'19, warga Laweyan memiliki ekonomi yang dapat dikatakan baik, tetapi pada saat terjadi COVID'19 (2020), produksi batik yang ada di Laweyan stagnan yang berakhir berhenti.

Pada awalnya, pengusaha batik yang ada di Laweyan mencoba untuk bertahan dalam kondisi COVID'19, tetapi seiring berjalannya waktu mereka tidak lagi dapat bertahan, yang mengakibatkan karyawan dirumahkan karena pengusaha batik tidak mampu untuk menggaji karyawannya. Dengan adanya hal tersebut, warga Laweyan mencari alternatif lain selain batik supaya dapat bertahan dan salah satunya dengan membuka usaha kuliner yang sampai saat ini masih berjalan dan telah menghasilkan 100 pelaku usaha kuliner.

Secara umum, Laweyan mulai pulih secara maksimal pada Februari 2022, dimana telah terjadi pergerakan aktivitas seperti saat sebelum adanya pandemi COVID'19. Proses peningkatan tersebut diawali saat kebijakan PPKM mulai mengalami kelonggaran, pada saat itu mulai ada 1-2 orang yang mulai berkunjung (dalam paket wisata), sedangkan dalam hal perekonomian warga Laweyan baru dapat dikatakan mengalami peningkatan saat proses PPKM resmi dicabut oleh Pemerintah karena pada saat itu pasar-pasar yang menjadi tempat penitipan barang dagangan mulai dibuka untuk publik.

Hal yang sama juga dialami oleh Kampung Wisata Budaya Baluwarti yang menjelaskan bahwa kunjungan di objek wisatanya mengalami pengurangan secara drastis, karena terjadi pembatasan oleh Pemerintah yang membuat pengunjung objek wisata ini dapat dihitung oleh jari, tetapi pada akhirnya objek wisata ini mengalami kenaikan di sekitar 2022 akhir-2023 awal dan mengalami pemulihan sampai saat ini.

Objek wisata Museum Keris Nusantara juga mengalami dampak COVID'19, tetapi dapat dipastikan tidak separah objek wisata lain yang bersifat mandiri/swasta

karena Museum Keris Nusantara mendapat penguat dari Pemerintah dalam hal operasional.

Walaupun begitu, tetap terdapat perubahan dimana saat sebelum adanya pandemi (2018-2019), banyak pengunjung dari China yang datang ke Museum Keris Nusantara, tetapi saat COVID'19 bahkan setelah adanya COVID'19, belum ada pengunjung dari China. Penutupan selama 4-5 bulan sempat dilakukan oleh Museum Keris Nusantara saat terjadi COVID'19. Peningkatan pengunjung museum ini mulai terjadi pada tahun 2022.

Sebelum adanya COVID'19 (tepatnya pada tahun 2018-2019), jumlah kunjungan objek wisata Museum Radya Pustaka dapat dikatakan cukup banyak dan acara-acara yang ada berjalan dengan lancar, tetapi saat memasuki COVID'19 yang dimulai pada tahun 2020 jumlah pengunjung mengalami penurunan yang cukup signifikan dan acara-acara banyak yang tidak digelar.

Selain itu, museum juga ditutup pada saat-saat tertentu (apabila COVID'19 parah), seperti yang terjadi pada tahun 2022, tetapi saat tahun 2022 menjelang berakhirnya COVID'19 aktivitas mulai sedikit demi sedikit berjalan walaupun ada SOP tertentu dan untuk saat ini aktivitas mulai dapat berjalan secara lancar.

Dampak COVID'19 juga dirasakan oleh Pasar Antik Triwindu dimana pedagang mengalami kelesuan dalam hal transaksi karena sepiunya jumlah pengunjung yang secara langsung berakibat *income* dari pedagang menurun dan membuat pemerintah menerapkan kebijakan untuk menggratiskan retribusi harian yang didapat oleh pedagang dari Pasar Antik Triwindu selama kurang lebih 5 bulan.

Sepinya jumlah pengunjung di Pasar Antik Triwindu pada saat itu dikarenakan adanya pemberlakuan PPKM dari Pemerintah, tetapi setelah PPKM resmi dicabut, pengunjung sudah mulai meningkat bahkan mulai ada pengunjung dari mancanegara.

Objek Wisata Puro Mangkunegaran memberlakukan penutupan untuk umum selama kurang lebih 6 bulan pada COVID'19, yang setelahnya mulai dibuka lagi untuk umum dengan sistem *social distancing*, tetapi jumlah pengunjung total masih cukup sedikit bahkan dapat dihitung jari.

Puro Mangkunegaran mulai mengalami kenaikan secara bertahap pada tahun 2022. Kenaikan awal dimulai pada saat pengangkatan Kanjeng Gusti Mangkunegoro X dan dilanjutkan kenaikan kedua pada saat terdapat acara Festival Payung dan kenaikan yang terjadi baru-baru ini adalah kenaikan saat Bapak Jokowi meminjam lokasi Puro Mangkunegaran sebagai tempat untuk syukuran pernikahan anaknya.

Hal lain terjadi di Keraton Kasunanan Surakarta, dimana terdapat perbedaan kelembagaan saat COVID'19 dan setelah COVID'19 (saat ini) yang dimana pengelolaan mulai membaik dan teratur pada tahun 2023. Hal ini dikarenakan pengelola yang sekarang dianggap lebih mampu untuk melakukan tugasnya seperti pengembangan tim, realisasi rencana, dan menciptakan inovasi-inovasi yang baru.

Sama halnya dengan objek wisata lain secara umum, Keraton Kasunanan Surakarta mengalami dampak dari COVID'19 dimana pada awal terjadinya PSBB Keraton Kasunanan Surakarta ditutup karena mengikuti anjuran dari pemerintah.

Walaupun begitu, Keraton Kasunanan Surakarta saat ini telah mengalami berbagai kemajuan dengan kelembagaan yang baru pada tahun 2023 ini dibandingkan dengan saat COVID'19 bahkan saat sebelum terjadinya COVID'19.

Berdasarkan pemaparan per objek wisata tersebut, dapat disimpulkan bahwa objek wisata budaya di Kota Surakarta mengalami penurunan di tahun 2020-2021. Penurunan tersebut bersifat drastis jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya (2018-2019). Peningkatan mulai sedikit dialami di tahun 2022, tetapi di tahun 2022 peningkatan belum maksimal di beberapa objek wisata dan masih dalam proses pemulihan secara berangsur-angsur.

4. PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada objek wisata budaya di Kota Surakarta terdapat 4 objek wisata yang memiliki klasifikasi internal sedang dan 4 objek wisata yang memiliki klasifikasi internal tinggi, di antaranya adalah Kampung Wisata Budaya Baluwarti dengan skor 15, Museum Radya Pustaka dengan skor 16, Pasar Antik Triwindu dengan skor 15, dan Keraton Kasunanan Surakarta dengan skor 16. Selanjutnya, Kampung Batik Kauman dengan skor 19, Kampung Batik Laweyan dengan skor 17, Museum Keris Nusantara dengan skor 18, dan Puro Mangkunegaran dengan skor 19. Nilai ini didapatkan berdasarkan perhitungan skoring dengan rentang 7-11 sebagai kelas berpotensi rendah, 12-16 sebagai kelas berpotensi sedang, dan 17-21 sebagai kelas berpotensi tinggi. Sedangkan untuk klasifikasi eksternal, seluruh objek wisata yang dikaji memiliki klasifikasi eksternal tinggi yang di antaranya adalah Kampung Batik Kauman dengan skor 36, Kampung Batik Laweyan dengan skor 37, Kampung Wisata Budaya Baluwarti dengan skor 37, Museum Keris Nusantara dengan skor 38, Museum Radya Pustaka dengan skor 36, Pasar Antik Triwindu dengan skor 36, Puro Mangkunegaran dengan skor 38, dan Keraton Kasunanan Surakarta dengan skor 37. Rentang perhitungan skoring pada potensi eksternal adalah 15-24 untuk kelas

berpotensi rendah, 25-34 untuk kelas berpotensi sedang dan 35-44 untuk kelas berpotensi tinggi.

Strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh objek wisata budaya di Kota Surakarta adalah dengan memaksimalkan promosi produk budaya berbasis *online* terutama di Pasar Antik Triwindu yang belum memiliki *website* khusus, mengajak pihak luar untuk melakukan kerja sama baik Pemerintah maupun swasta, mengadakan pelatihan untuk Sumber Daya Manusia (SDM) yang terdapat di objek wisata, menambah alternatif kegiatan di objek wisata, dan mendigitalisasi koleksi-koleksi yang telah ada.

PERSANTUNAN

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Umrotun, M.Si selaku dosen pembimbing serta Ibu Nirma Lila Anggani, S.Si., M.Sc dan Bapak Wahyu Tyas Pramono, S.Si., M.Sc selaku dosen penguji yang banyak memberikan bimbingan, arahan, dan saran selama proses pengerjaan skripsi ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian baik observasi maupun wawancara.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. (2016). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Humano: Jurnal Penelitian*, 7(2), 134–148.
- Arjana, I. G. B. (2016). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Rajawali Press.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management* 21, 97–116.
- Disporapar Provinsi Jawa Tengah. *Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah 2018*.
- Disporapar Provinsi Jawa Tengah. *Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah 2019*.
- Disporapar Provinsi Jawa Tengah. *Buku Statistik Pariwisata Jawa Tengah 2020*.
- Marbun, M. A. (1982). *Kamus Geografi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nur'aini, F. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta: Quadrant.
- Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2021-2026.
- Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Rencana Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2021-2041.
- Purwaningsih, O., Indradewa, D., Kabirun, S., & Shiddiq, D. (2012). Tanggapan Tanaman

- Kedelai terhadap Inokulasi Rhizobium. *Jurnal Agrotop*, 2(1), 25–32.
- Suryawardani, I. G. A. O., Wiranatha, A. S., & Petr, C. (2014). Destination Marketing Strategy in Bali Through Optimizing the Potential of Local Products. *E-Journal of Tourism*, 1(1), 35–49.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Syarifuddin, D. (2016). Nilai Wisata Budaya Seni Pertunjukan Saung Angklung Udjo Kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*. 13(2), 53-60.