

STRATEGI PENGEMBANGAN OBYEK WISATA BATIK KOTA PEKALONGAN

Ardhika Sukmasakti H, Banatul Hayati¹

Jurusan IESP Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

The Pekalongan city as a tourist attraction batik is quietly potential. Nevertheless, the number of tourist visits batik in Pekalongan likely decreasing from 2007 – 2010. This research aims to provide an overview of the development of batik tourism in Pekalongan and to analyze the development strategy batik tourism in Pekalongan. Using the AHP, this research identifies several aspects to investigate the Batik tourism development strategy including promotional, institutional, and infrastructure aspects. The result shows that among those three aspects, promotional aspect is chosen as the main aspect for the strategy. The result also shows that national and international batik festival are considered the most important strategy to attract more tourists to come. The batik festival can be increasing the number of tourist visits in Pekalongan.

Keywords: Development strategy of batik tourism, AHP (Analysis Hierarchy Process), Promotion, Batik Festival.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki sumber daya alam dan budaya yang kaya dan beragam. Karya seni dari negara Indonesia itu sendiri diantaranya yaitu batik yang merupakan kerajinan yang mempunyai nilai seni tinggi dan telah menjadi warisan dari budaya Indonesia khususnya jawa. Penetapan batik sebagai warisan budaya asli Indonesia oleh UNESCO membuat masyarakat Indonesia dan mancanegara mulai tertarik kembali untuk mengenakan pakaian batik dan belajar tentang kesenian batik. Salah satu daerah yang dijuluki sebagai Kampung Batik Indonesia adalah Pekalongan. Batik Pekalongan termasuk kesenian batik yang terkenal di Indonesia.

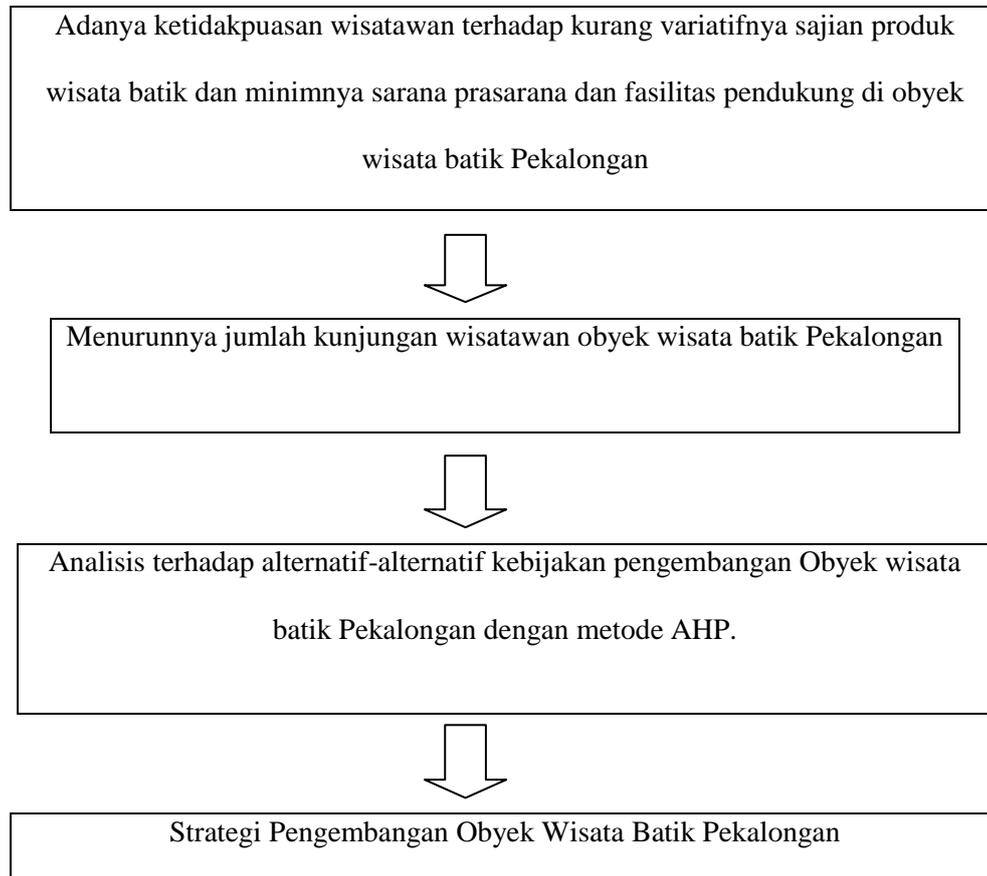
Pencitraan Kota Pekalongan sebagai Kota Batik di perkuat dengan adanya ikon-ikon obyek wisata sebagai sarana promosi batik yaitu Museum Batik Indonesia, Pasar Grosir Setono, dan Kampung Batik Kauman. Obyek wisata batik Kota Pekalongan merupakan obyek wisata yang cukup potensial di Kota Pekalongan. Namun, pada beberapa tahun terakhir dari tahun 2007-2010 terjadi penurunan jumlah kunjungan wisata batik di Kota Pekalongan. Kecenderungan penurunan jumlah kunjungan wisatawan terjadi karena kurang variatifnya bagian dari suguhan dan sarana prasarana obyek wisata batik yang ada di Kota Pekalongan.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai pengembangan obyek wisata batik di Kota Pekalongan dan untuk menganalisis strategi pengembangan obyek wisata batik Kota Pekalongan

¹ Penulis penanggung jawab

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Wisata batik Pekalongan yang terdiri dari Museum Batik, Pasar Grosir Setono dan Kampung Batik Pekalongan memiliki banyak potensi yang bisa dikembangkan dan merupakan ikon utama yang ada di kota Pekalongan. Meskipun mempunyai banyak potensi, namun masih terdapat beberapa permasalahan dalam menarik jumlah kunjungan wisatawan. Maka dari itu diperlukan strategi-strategi yang inovatif yang diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.



METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini ada sepuluh ini didapat dari hasil wawancara dan diskusi dengan *key informans* atau panel ahli. Variabel itu dibagi dalam tiga aspek yaitu aspek promosi, aspek kelembagaan, dan aspek infrastruktur.

1. Aspek promosi merupakan langkah-langkah yang bertujuan untuk menarik wisatawan agar berkunjung ke wisata batik Pekalongan. Dalam permasalahan ini aspek promosi yaitu:
 - a. Melakukan promosi melalui paket wisata
 - b. Menjalin kerjasama dengan pihak swasta
 - c. Menggelar festival batik nasional dan internasional
 - d. Mengadakan pentas kesenian budaya batik tradisional
2. Aspek kelembagaan merupakan langkah-langkah yang dilakukan dalam strategi pengembangan obyek wisata batik Pekalongan.
 - a. Penetapan peraturan daerah mengenai pengembangan obyek wisata batik Kota Pekalongan
 - b. Menerapkan dan meningkatkan komunikasi dengan *Stakeholders*
 - c. Meningkatkan pengawasan terhadap pengelolaan obyek wisata batik Kota Pekalongan

3. Aspek infrastruktur, merupakan langkah-langkah yang dilakukan dalam startegi meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.
 - a. Melengkapi fasilitas sarana dan prasarana obyek wisata batik Kota Pekalongan
 - b. Melakukan perawatan terhadap objek wisata dan cagar budaya batik secara berkala
 - c. Memfasilitasi *telecenter* sebagai akses informasi dan komunikasi dalam pengembangan obyek wisata batik Kota Pekalongan

Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang melakukan kegiatan wisata di obyek wisata batik Pekalongan yaitu Museum Batik, Pasar Grosir Setono dan Kampung Batik Pekalongan, warga masyarakat yang tinggal di sekitar obyek wisata tersebut dan para pakar ahli (*key person*) pariwisata. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2005) Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yakni teknik pengumpulan sampel dengan adanya pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan adalah responden tersebut merupakan individu yang mengetahui tentang permasalahan pariwisata, terutama yang berkaitan dengan wisata batik Pekalongan. Sampel dari pihak ahli (*key informans*) berjumlah 14 orang, antara lain:

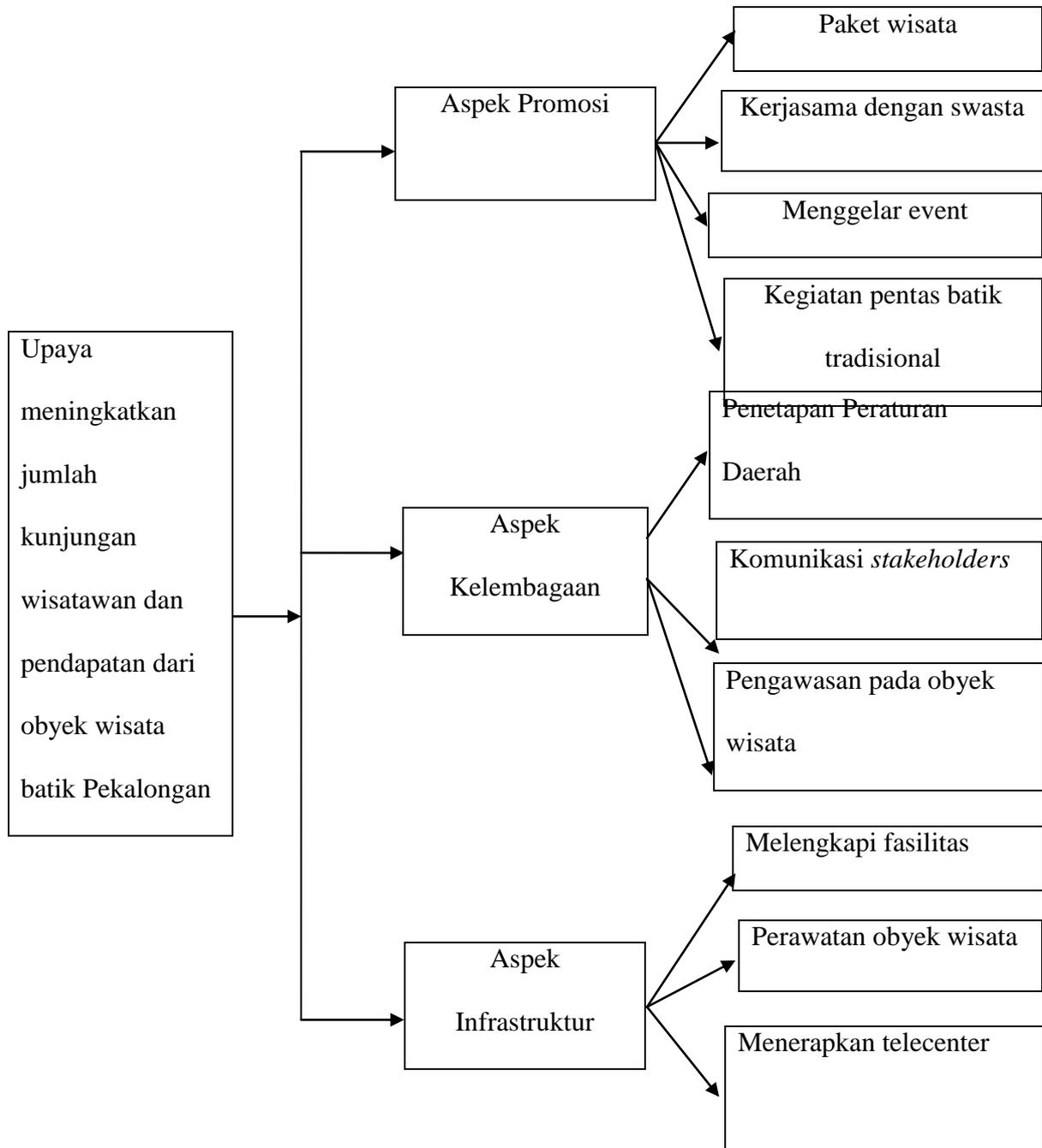
1. UPTD Museum Batik (2 responden)
2. UPTD Pasar Grosir Setono (2 responden)
3. Ketua Kelompok Sadar Wisata Kauman (1 responden)
4. Tokoh Masyarakat Kampung Pesindon (1 responden)
5. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekalongan (3 responden)
4. Bappeda Kota Pekalongan (1 responden)
5. Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi (1 responden)
6. Dinas Pengelolaan Keuangan Aset Daerah (1 responden)
7. Pengusaha Batik Pekalongan (2 responden)
8. Pengunjung

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode AHP, *Analytical Hierarchy Process* (AHP) adalah metode dari *Multi Criteria Decision Making* (MCDM) yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty. Untuk menetapkan usulan kebijakan yang tepat dalam usaha meningkatkan kunjungan wisatawan di obyek wisata batik Kota Pekalongan dengan melakukan analisis terhadap kesepuluh variabel yang telah disebutkan di atas meliputi tiga aspek yaitu aspek promosi, aspek kelembagaan, dan aspek infrastruktur.

Pola pikir untuk analisis dengan metode AHP, dapat digambarkan dalam skema sebagai berikut :

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Eko Syamsul Ma'arif Tahajuddin (2011), dengan modifikasi

Keterangan:

1. Melakukan promosi melalui paket wisata
2. Menjalin kerjasama dengan pihak swasta atau pihak ke-3
3. Menggelar festival batik nasional dan internasional
4. Mengadakan pentas kesenian budaya batik tradisional
5. Penetapan peraturan daerah mengenai pengembangan obyek wisata batik Kota Pekalongan
6. Menerapkan dan meningkatkan komunikasi dengan *Stakeholders*

7. Meningkatkan pengawasan terhadap pengelolaan obyek wisata batik Kota Pekalongan
8. Melengkapi fasilitas sarana dan prasarana obyek wisata batik Kota Pekalongan
9. Melakukan perawatan terhadap obyek wisata dan cagar budaya batik secara berkala
10. Memfasilitasi *telecenter* sebagai akses informasi dan komunikasi dalam pengembangan obyek wisata batik Kota Pekalongan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi sampel penelitian

Dalam penelitian ini mengambil sampel sebanyak 44 responden yang terdiri dari 14 *key informans*, 30 responden untuk wisatawan pengunjung Museum Batik, Pasar Grosir Setono dan Kampung Batik Pekalongan. Sampel dari penelitian ini dipilih yang benar-benar mengerti mengenai keadaan tentang pengembangan obyek wisata batik di kota Pekalongan.

Berikut responden dalam penelitian ini :

1. Responden *key persons* terdiri dari :

- UPTD Museum Batik (2 responden)
- UPTD Pasar Grosir Setono (2 responden)
- Ketua Kelompok Sadar Wisata Kampung Kauman (1 responden)
- Tokoh Masyarakat Kampung Pesindon (1 responden)
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekalongan (3 responden)
- Bappeda Kota Pekalongan (1 responden)
- Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi (1 responden)
- Dinas Pengelolaan Keuangan Aset Daerah (1 responden)
- Pengusaha Batik Pekalongan (2 responden)

2. Responden pengunjung obyek wisata terdiri dari:

- Wisatawan Pengunjung Obyek Wisata Museum Batik, yang terdiri dari 10 responden
- Wisatawan Pengunjung Obyek Wisata Pasar Grosir Setono, yang terdiri dari 10 responden
- Wisatawan Pengunjung Obyek Wisata Kampung Batik Pekalongan, yang terdiri dari 10 responden

Tabel 1
Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Lokasi Wisata	SD	SMP	SMA	Sarjana	Pasca Sarjana	Total
1.	Museum Batik	-	-	5	4	1	10
2.	Pasar Grosir Setono	1	1	4	4	-	10
3.	Kampung Batik Pekalongan (Kauman)	1	1	5	3	-	10

Sumber: Data Primer, Diolah 2012

Tabel 2
Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan

No.	Lokasi Wisata	Pelajar	PNS	Swasta	Wiraswasta	Total
1.	Museum Batik	1	7	2	-	10
2.	Pasar Grosir Setono	-	6	3	1	10
3.	Kampung Batik Pekalongan (Kauman)	-	5	1	4	10

Sumber: Data Primer, Diolah 2012

Tabel 3
Jumlah Responden Berdasarkan Asal Kota

No.	Lokasi Wisata	Pekalongan	Luar Kota Pekalongan	Total
1.	Museum Batik	10	-	10
2.	Pasar Grosir Setono	5	5	10
3.	Kampung Batik Pekalongan (Kauman)	4	6	10

Sumber: Data Primer, Diolah 2012

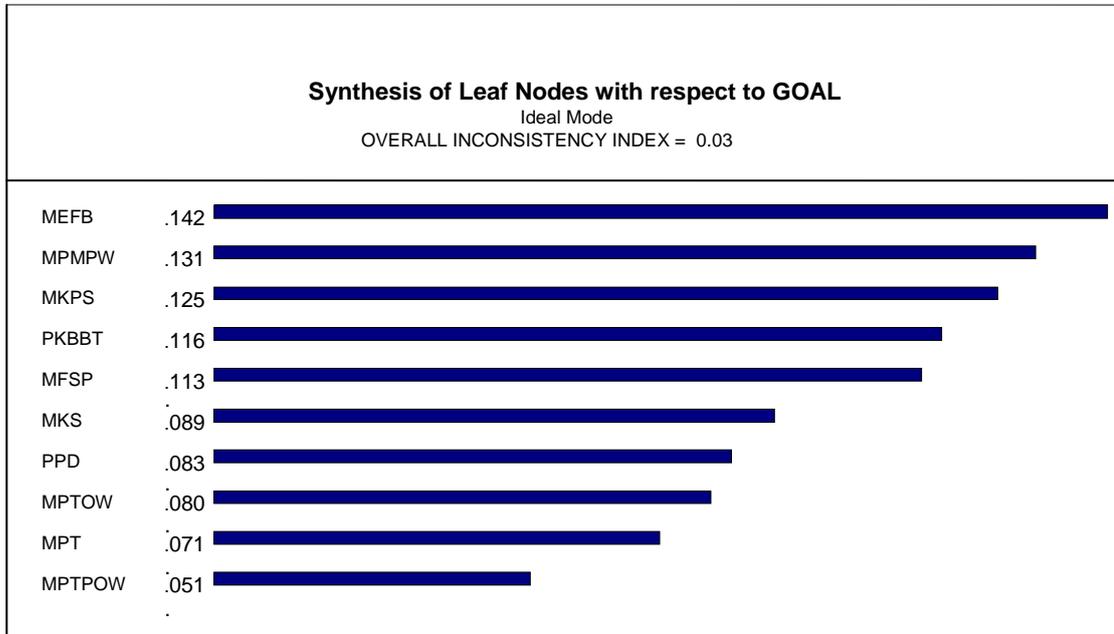
Deskripsi Variabel

Variabel dalam penelitian ini ada 10 yang terbagi dalam 3 aspek yaitu aspek promosi, aspek kelembagaan, dan aspek infrastruktur.

1. Aspek promosi merupakan langkah-langkah yang bertujuan untuk memperkenalkan menarik wisatawan agar berkunjung ke wisata batik Pekalongan. Dalam penelitian ini strategi pengembangan dapat dilakukan dengan cara:
 - a. Melakukan promosi melalui paket wisata
 - b. Menjalani kerjasama dengan pihak swasta
 - c. Menggelar festival batik nasional dan internasional
 - d. Mengadakan pentas kesenian budaya batik tradisional
2. Aspek kelembagaan merupakan langkah-langkah yang dilakukan dalam strategi pengembangan obyek wisata batik Pekalongan agar meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Dalam penelitian ini, pengembangan dilakukan melalui pengambilan keputusan dan campur tangan dari pengelola dan dinas pemerintah terkait. Strategi dapat dilakukan dengan cara:
 - a. Penetapan peraturan daerah mengenai pengembangan obyek wisata batik Kota Pekalongan
 - b. Menerapkan dan meningkatkan komunikasi dengan *Stakeholders*
 - c. Meningkatkan pengawasan terhadap pengelolaan obyek wisata batik Kota Pekalongan
3. Aspek infrastruktur, merupakan langkah-langkah yang dilakukan dalam strategi meningkatkan jumlah kunjungan dari obyek wisata batik Pekalongan. Dalam penelitian ini, pengembangan obyek wisata dilakukan melalui perbaikan infrastruktur yang lebih maju. Strategi yang dapat dilakukan dengan cara:
 - a. Melengkapi fasilitas sarana dan prasarana obyek wisata batik Kota Pekalongan
 - b. Melakukan perawatan terhadap objek wisata dan cagar budaya batik secara berkala
 - c. Memfasilitasi *telecenter* sebagai akses informasi dan komunikasi dalam pengembangan obyek wisata batik Kota Pekalongan

wisatawan lebih merasa berkesan berkunjung di kota Pekalongan dan membuat betah untuk kembali berkunjung di pergelaran festival batik Kota Pekalongan.

Gambar 3
Urutan Prioritas Seluruh Alternatif Kebijakan Dalam Upaya Mengembangkan Obyek Wisata Batik Kota Pekalongan Berdasarkan Responden Wisatawan



Sumber : Output AHP, 2012

Berdasarkan gambar 3, responden wisatawan hasil analisisnya memiliki nilai *inconsistency ratio* sebesar 0,03 hal ini berarti hasil analisisnya dapat diterima dan konsisten, karena batas maksimumnya adalah $\leq 0,1$. Bagi wisatawan memprioritaskan untuk menggelar festival batik nasional dan internasional dengan alasan karena dalam tahun terakhir jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan yaitu di Museum Batik Pekalongan, Pasar Grosir Setono, dan Kampung Batik Kauman. Sehingga alternatif menggelar festival batik nasional dan internasional, seperti pelaksanaan Pekan Batik Nasional (PBN) dan Pekan Batik Internasional (PBI) dapat terus digencarkan dalam pelaksanaannya, mengingat obyek wisata batik merupakan wisata yang berpotensi di Kota Pekalongan dan juga merupakan festival favorit bagi wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara. Dengan adanya pengembangan obyek wisata batik Kota pekalongan diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di obyek wisata batik Kota Pekalongan.

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Gambaran mengenai obyek wisata batik di Kota Pekalongan yang setiap tahun jumlah kunjungan wisatawannya menurun. Di setiap tempat obyek wisata batik seperti Museum Batik, Pasar Grosir Setono, dan Kampung Batik Kauman, jumlah wisatawan yang berkunjung masih sedikit dan berakibat pada sepi nya tempat wisata batik Kota Pekalongan. Berdasarkan hasil analisis AHP yang dilakukan terhadap responden *key informans* dan pengunjung wisatawan, kriteria yang tepat untuk mengembangkan obyek wisata batik di Kota Pekalongan adalah dari aspek promosi, yang kedua dari aspek infrastruktur dan yang terakhir adalah dari aspek kelembagaan. Dari kriteria aspek tersebut, memunculkan tiga alternatif tertinggi yang berasal dari aspek promosi yang dapat

dilakukan dalam pergelaran wisata batik Kota Pekalongan adalah yang pertama, menggelar festival batik nasional dan internasional. Yang kedua yaitu melakukan promosi melalui paket wisata dan yang ketiga yaitu menjalin kerjasama dengan pihak swasta.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu penelitian ini menggunakan metode AHP yang mengandung unsur subjektivitas, dan hanya bersifat mengkuantitatifkan gambaran prioritas alternatif-alternatif dalam upaya mengembangkan obyek wisata batik Kota Pekalongan. Dalam penelitian obyek wisata batik Kota Pekalongan juga bisa menggunakan metode - metode yang lain untuk penelitian wisata batik di Kota Pekalongan.

REFERENSI

- Ahira, Anne. 2012. ” *Makna Filosofi Dalam Motif Batik*”, www.anneahira.com. Diakses 2 Oktober 2012.
- Badan Pusat Statistik. 2011. *Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Jawa Tengah 2006-2011*. Semarang.
- Badan Pusat Statistik. 2010, *Data Jumlah Penduduk Kota Pekalongan 2006-2010*. Pekalongan.
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Pekalongan 2006-2010*. Pekalongan.
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Data Jasa Pendukung Pariwisata Kota Pekalongan*. Pekalongan.
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Data Output Sektor Jasa-Jasa Kota Pekalongan 2006-2010*. Pekalongan.
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Data Banyaknya Pengunjung Obyek Wisata dan Pendapatan Obyek Wisata 2006-2010*. Pekalongan.
- Choirinnisa, Sarah. 2010. *Evaluasi Pendahuluan terhadap Aspek Fisik dan Kelembagaan Program Pengembangan Destinasi Percandian Muaro Jambi. Bisnis dan Birokrasi*, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi Mei-Agustus 2010.
- Dishubparbud Kota Pekalongan. 2012. *Rencana Kerja Satuan Kerja Perangkat Daerah 2012*. Pekalongan
- DPPKAD Kota Pekalongan. 2010. *Pendapatan Asli Daerah Sendiri 2006-2010*. Pekalongan.
- Hafif, Andi. 2009. *Analisis Obyek Wisata Air Terjun Kalipancur Desa Nogosaren dengan Pendekatan Co-Management dan Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Skripsi. Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan. Universitas Diponegoro.
- Igunawati, Diana. 2010. *Analisis Permintaan Obyek Wisata Tirta Waduk Cacaban Kabupaten Tegal*. Skripsi. Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan. Universitas Diponegoro.
- Keliwar, Said. 2011. *Studi Pengembangan Kebun Raya Unmul Samarinda Sebagai Salah Satu Obyek Wisata Alam di Samarinda*. Jurnal EKSIS Vo.7 No.2 Tahun 2011.
- Kelurahan Kauman. 2011. “*Profil Kepariwisataaan Kelurahan Kauman Kec. Pekalongan Timur*”. www.batikkauman.wordpress.com. Diakses 11 Agustus 2011.
- Kota Pekalongan. 2012. “*Transaksi Pameran Hari Batik Nasional Tembus Rp 1,375 M*”. www.pekalongankota.go.id. Diakses tanggal 6 Oktober 2011.

- Kota Pekalongan. 2012. “*Sejarah Museum Batik*”. www.pekalongankota.go.id. Diakses tanggal 30 Januari 2012.
- Kota Pekalongan. 2012. “*Pekalongan Batik Carnival 2012 Berlangsung Meriah*”. www.pekalongankota.go.id. Diakses tanggal 1 April 2012.
- Kota Pekalongan. 2012. “*Kampung Wisata Canting Dikembangkan*”. *Suara Merdeka*, 18 Februari 2012, www.pekalongankota.go.id, Diakses tanggal 20 Februari 2012.
- Kota Pekalongan. 2012. “*Penataan Wisata Kawasan Belanja Rp 23 Miliar*”, *Suara Merdeka*, 15 Februari 2012, www.pekalongankota.go.id, Diakses 29 Februari 2012.
- Nandi. 2008. *Pariwisata dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. *Jurnal GEA Pendidikan Geografi* Vol.8 No.1, April 2008.
- RPJMD Kota Pekalongan. *Visi dan Misi Pembangunan Daerah 2010-2015*. Pekalongan.
- Rudi, Badrudin. 2001. “*Menggali Sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) Daerah Istimewa Yogyakarta Melalui Pembangunan Industri Pariwisata*”. *Kompak*. No. 3. Hal. 1-13.
- Saaty, T. Lorie. 1993. *Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin, Proses Hirarki Analitik untuk Pengambilan Keputusan dalam Situasi yang Kompleks*. Jakarta: Pustaka Binama Pressindo.
- Sinclair, M.T, Stabler. M. 1997. *The Economics of Tourism*. London: Routledge.
- Spillane, James, J. 1987. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius .
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syahadat, Epi. 2005. *Analisa Strategi Pengelolaan Taman Nasional Gede Pangrango (TNGP) Untuk Pengembangan Pariwisata Alam Di Kawasan Hutan*. Naskah Jurnal Penelitian Sosial Dan Ekonomi Kehutanan. Bogor.
- Tahajuddin Syamsul Ma'arif, Eko. 2011. *Pengembangan Obyek Wisata Wonderia*. Skripsi. Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan. Universitas Diponegoro.
- UPTD Museum Batik, 2012. *Data Jumlah Pengunjung Museum Batik Pekalongan 2006-2011*. Pekalongan.
- UPTD Pasar Grosir Setono, 2012. *Data Jumlah Pengunjung Menurut Akomodasi Bus 2012*. Pekalongan.
- Yoeti, Oka. 2000. *Ilmu Pariwisata: Sejarah, Perkembangan, dan Prospeknya*. PT. Perca, Jakarta.
- Yoeti, Oka. 2008. *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Impelementasi*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.