
acc. 24/6/2024

**MODAL SOSIAL DALAM URBAN TOURISM DI JOHO KAMPOENG HEPI KOTA
SURAKARTA**

Linda Salsa Bila¹, Budi Puspo Priyadi², Ida Hayu Dwimawanti³

Departemen Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Diponegoro

Jalan dr. Antonius Suroyo, Tembalang, Kota Semarang, Kode Pos 50275

Telepon (024) 7465407, Faksimile (024) 7465405

Laman : www.fisip.undip.ac.id Email : fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

This study discusses social capital in Urban Tourism in Joho Kampoeng HEPI Surakarta City. Urban Tourism is a tourist resource located in urban areas with main elements and supporting elements to attract tourists. One form of Urban Tourism in Indonesia is the emergence of thematic villages. One of them is Joho Kampoeng HEPI in Surakarta City which has its own uniqueness so that it has the potential to become an Urban Tourism area. However, Joho Kampoeng HEPI after being designated as a thematic village was unable to grow and develop sustainably. The development of tourism can be seen through the form of social capital owned by each actor involved. The purpose of this study is to find out how social capital is formed in Joho Kampoeng HEPI and find out the reasons why Joho Kampoeng HEPI cannot grow sustainably. This research method uses qualitative methods with descriptive data analysis with the selection of research subjects using the Purposive Sampling method. Data collection techniques through interviews, observation, documentation, and literature studies with primary and secondary data sources. Data analysis is carried out through three stages, namely data condensation, data presentation, and conclusions. The validity test or validity of the data in this study was carried out by the triangulation method. Researchers analyzed the research using social capital theory which includes three aspects, namely bonding social capital, bridging social capital, and linking social capital. Tourism problems that arise in Joho Kampoeng HEPI are also analyzed using several aspects in Urban Tourism, namely attractions, accessibility, amenities and accommodations, and institutions. The results of the study show that the existing social capital does not guarantee the development of Urban Tourism in Joho Kampoeng HEPI to grow sustainably if it is not supported by the elements of Urban Tourism as a whole. The recommendations given include increasing commitment to collaboration and coordination, capacity and resource development, increasing innovation in the management of tourist attractions, strengthening social capital, and developing sustainable tourism strategies.

Keywords: *Urban Tourism, Social Capital, Thematic Village.*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang modal sosial dalam *Urban Tourism* di Joho Kampoeng HEPI Kota Surakarta. *Urban Tourism* merupakan sumber daya wisata yang terletak di perkotaan dengan elemen utama dan elemen penunjang untuk menarik wisatawan. Salah satu bentuk *Urban Tourism* di Indonesia adalah munculnya kampung tematik. Salah satunya adalah Joho Kampoeng HEPI di Kota Surakarta yang memiliki keunikan tersendiri sehingga berpotensi menjadi kawasan *Urban Tourism*. Namun, Joho Kampoeng HEPI setelah ditetapkan sebagai kampung tematik tidak mampu tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Pengembangan pariwisata tersebut dapat dilihat melalui bentuk modal sosial yang dimiliki oleh masing-masing aktor yang terlibat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana modal sosial terbentuk di Joho Kampoeng HEPI dan mengetahui alasan Joho Kampoeng HEPI tidak dapat tumbuh secara berkelanjutan. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis data deskriptif dengan pemilihan subjek penelitian menggunakan metode *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dokumentasi, dan studi kepustakaan dengan sumber data primer dan data sekunder. Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun uji keabsahan atau validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode triangulasi. Peneliti menganalisis penelitian menggunakan teori modal sosial yang meliputi tiga aspek, yaitu *bonding social capital*, *bridging social capital*, dan *linking social capital*. Permasalahan pariwisata yang muncul di Joho Kampoeng HEPI juga dianalisis menggunakan beberapa aspek dalam *Urban Tourism*, yaitu *attractions*, *accessibility*, *amenities and accommodations*, dan *institutions*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal sosial yang ada tidak menjamin pengembangan *Urban Tourism* di Joho Kampoeng HEPI untuk tumbuh secara berkelanjutan apabila tidak didukung oleh unsur-unsur *Urban Tourism* secara keseluruhan. Rekomendasi yang diberikan, antara lain meningkatkan komitmen kolaborasi dan koordinasi, pengembangan kapasitas dan sumber daya, meningkatkan inovasi dalam pengelolaan atraksi wisata, penguatan modal sosial, dan pengembangan strategi pariwisata berkelanjutan.

Kata kunci: *Urban Tourism*, Modal Sosial, Kampung Tematik.

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang berperan sebagai penunjang pendapatan suatu kota dan memperkuat pembangunan nasional sesuai dalam UU No. 10 Tahun 2019 tentang Kepariwisata. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf), Sandiaga Uno, menguraikan empat tren pariwisata untuk Indonesia pada tahun 2023. Tren pertama adalah para wisatawan melakukan perjalanan wisata untuk menjaga kesehatan mental. Tren kedua adalah meningkatnya jumlah pengunjung yang mencari pengalaman perjalanan wisata yang unik. Tren selanjutnya adalah bahwa para pengunjung dianggap bergantung pada ulasan jujur tentang tempat yang akan mereka kunjungi. Terakhir, situs pariwisata yang memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri dari masing-masing daerah akan selalu menarik minat wisatawan untuk berkunjung (Sania & Wira, 2023).

Daya tarik wisata menjadi objek bagi wisatawan sehingga akan tertarik dengan wisata yang ada dan melakukan kunjungan ke objek wisata tersebut. Pulau Jawa menjadi pulau dengan kunjungan wisatawan terbanyak di Indonesia dengan perjalanan wisatawan domestik yang bertujuan ke Pulau Jawa mencapai 75,49%. Provinsi Jawa Tengah menempati posisi ketiga dari 10 provinsi tujuan wisatawan

nusantara dengan kunjungan terbanyak pada tahun 2023 dengan total kunjungan sebesar 63,10 juta kunjungan (Databoks, 2023).

Fenomena yang saat ini terjadi adalah peningkatan signifikan dalam pertumbuhan pariwisata perkotaan di seluruh dunia hampir 50% dan telah menjadi tren yang layak untuk dikembangkan atau dikenal dengan sebutan *urban tourism* (Prijadi & Tarore, 2014). Menurut Inskip (dalam Cahyani & Sugiarti, 2018) *Urban Tourism* adalah suatu jenis pariwisata yang terletak di kota besar dan menjadi suatu hal yang penting, tetapi bukan menjadi aktivitas utama dari daerah perkotaan.

Pelaksanaan *Urban Tourism* saat ini telah terjadi di kota-kota besar di Indonesia. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf), Sandiaga Uno, telah menargetkan sejumlah kota di Indonesia sebagai lokasi *Urban Tourism*. Adapun kota yang ditargetkan menjadi lokasi *urban tourism* merupakan kota yang menjadi bagian dari UNESCO *Creative Cities Network* (Jaringan Kota Kreatif UNESCO) salah satunya adalah Kota Surakarta sebagai salah satu kota di Jawa Tengah yang tergabung dalam jaringan tersebut (Widyanti, 2023).

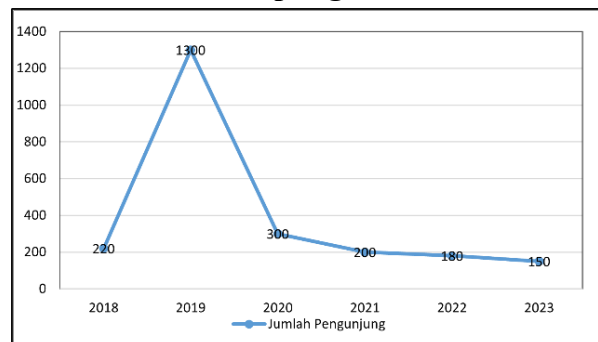
Urban Tourism dalam Perda Kota Surakarta Nomor 13 Tahun 2016 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPKADA) Kota Surakarta tahun 2016-2026 masuk ke dalam jenis pengembangan dari kategori kegiatan wisata daya tarik hasil buatan manusia. Penelitian terdahulu oleh Cahyani, dkk (2020) mengatakan bahwa daya tarik pengembangan *Urban Tourism* di Kota Surakarta, yaitu berupa Kampung Tematik. Penyelenggaraan kampung tematik dengan serangkaian tahapan yang terstruktur, terencana, dan sistematis memungkinkan untuk melibatkan partisipasi aktif masyarakat setempat, dengan memanfaatkan potensi lokal dan memperhatikan aspirasi masyarakat di wilayah tersebut (Putri dan Mubaroq, 2022).

Menurut Cahyani, dkk. (2020), Kota Surakarta memiliki 6 kampung tematik yang telah dikembangkan. Kampung tematik tersebut memiliki penawaran tujuan wisata yang berbeda-beda. Terdapat satu kampung yang memiliki keunikan tersendiri dari segi visualnya, yaitu Joho Kampoeng HEPI yang terletak di Kelurahan Manahan Kota Surakarta. Joho Kampoeng HEPI merupakan kampung yang menawarkan penampilan kampung yang unik karena

dihiasi oleh mural dan relief di dinding rumaharganya.

Pada tahun 2018, Joho Kampoeng HEPI mulai dikenal oleh masyarakat dan pemerintah sebagai salah satu kampung tematik sesuai SK Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta Nomor 050/0326.5 Tahun 2018 tentang Penetapan “Joho Kampoeng HEPI” sebagai Destinasi Wisata Kampung Kota. Kampung tersebut memberikan berbagai penawaran wisata untuk berkeliling kampung dengan berbagai aktivitas dan durasi yang berbeda-beda. Akan tetapi, saat ini kampung tersebut mengalami penurunan jumlah kunjungan wisatawan.

Grafik 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Kampung Joho



Sumber : Pengurus Joho Kampoeng HEPI (diolah), 2023

Jumlah pengunjung Joho Kampoeng HEPI berdasarkan grafik 1 terlihat menurun hampir di setiap tahunnya pada tahun 2020 telah menurun sebesar 77% dari tahun 2019. Hal tersebut merupakan dampak dari adanya pandemi *Covid-19* yang sangat memengaruhi segala bentuk aktivitas maupun mobilitas

masyarakat terutama dalam melakukan perjalanan wisata. Beberapa atraksi yang ditawarkan di kampung tersebut pun akhirnya tidak bisa berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan. Upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surakarta kepada Joho Kampoeng HEPI sebagai bentuk dukungan dan keterlibatan dalam mengembangkan Kampung Joho tidak cukup untuk menjadikan Joho Kampoeng HEPI mampu berkembang secara maksimal. Pengelolaan kampung tersebut tidak mampu berlanjut apabila tidak diimbangi dengan campur tangan pemerintah dalam proses pengembangannya.

Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023
Gambar 1 Mural dan Relief di Joho Kampoeng HEPI



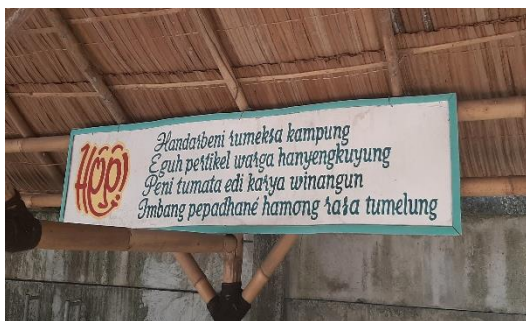
Joho Kampoeng HEPI memerlukan pembenahan dalam rangka mewujudkan pengembangan wisata di Joho Kampoeng HEPI. Pelaksanaan pengembangan wisata tersebut dapat diwujudkan dengan adanya

kesiapan atau dukungan dari masyarakat. Hal tersebut berhubungan dengan kemampuan masyarakat untuk berkolaborasi dalam mencapai tujuan bersama yang didasarkan pada beberapa elemen, seperti nilai, norma, kepercayaan, dan jaringan sosial yang dimiliki oleh masyarakat. Elemen-elemen tersebut dikenal sebagai modal sosial (Putnam dalam Voydanoff, 2001).

Modal Sosial menurut Putnam (dalam Hauberer, 2011) merupakan bagian dari sebuah kehidupan sosial yang meliputi norma, jaringan, dan kepercayaan yang memberikan motivasi kepada sekelompok individu untuk bekerja sama secara efektif dalam rangka mencapai tujuan bersama. Melalui modal sosial, masyarakat dalam suatu daerah akan terdorong untuk ikut serta dalam membangun pariwisata dan mencari jalan keluar dari hambatan serta tantangan dalam pengembangan *Urban Tourism* (Surjadi, dkk., 2022). Modal sosial dapat menjadi suatu kekuatan penggerak dalam membangun keterlibatan atau partisipasi masyarakat, membantu meningkatkan kualitas layanan pariwisata, menciptakan jaringan atau ikatan sosial dan membentuk kolaborasi antar *stakeholders* terkait dalam pengembangan wisata yang akan mendorong efektivitas pemerintahan (Hasbullah, 2006).

Hal yang menjadi menarik adalah modal sosial sedikit banyak telah tergambarkan dalam Joho Kampong HEPI yang memiliki suasana kampung yang *happy, guyub* (kebersamaan), rukun, dan memiliki nilai kekompakkan yang membuat kampung tersebut memiliki harmoni dalam kehidupan bermasyarakat sehingga mampu memberikan kontribusi yang positif terhadap kesejahteraan bersama. Melalui modal sosial yang dimiliki di Joho Kampong HEPI diharapkan mampu mendukung pengembangan destinasi wisata Joho Kampong HEPI sebagai salah satu kampung tematik di Kota Surakarta sehingga keberadaannya tetap eksis dan mengalami kenaikan jumlah pengunjung.

Gambar 2 Logo dan Kepanjangan dari kata HEPI



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023

Berkaitan dengan hal tersebut, modal sosial yang dimiliki oleh Joho Kampong HEPI sebagai kampung tematik di Kota Surakarta dipilih sebagai persoalan yang diteliti dalam penelitian ini untuk menjawab pertanyaan “**Dengan modal**

sosial yang telah dimiliki, mengapa Joho Kampong HEPI tidak bisa berkembang secara maksimal sebagai bentuk pengembangan *Urban Tourism* di Kota Surakarta?”.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan kajian penelitian terdahulu. Pada penelitian ini memiliki fokus untuk mengetahui perkembangan wisata di Joho Kampong HEPI sebagai perwujudan *urban tourism* menggunakan teori Modal Sosial oleh Woolcock (2010) dan Putnam (2000) dengan mengkaji bentuk atau tipe modal sosial yang dimiliki, yaitu *Bonding Social Capital*, *Bridging Social Capital*, dan, *Linking Social Capital*. Adapun pengembangan *Urban Tourism* dikaji melalui unsur-unsur pendukung dalam *urban tourism* oleh Cooper (dalam Aziz, 2021), yaitu *Attractions* (objek dan daya tarik), *Accessibility* (Aksesibilitas), *Amenities and Accomodation* (Amenitas dan Akomodasi), dan *Institutions* (Kelembagaan).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Moleong (2007) menyatakan bahwa metode kualitatif adalah pendekatan penelitian di mana hasilnya terdiri dari serangkaian deskripsi kata-kata yang

menjelaskan fenomena yang diteliti secara mendalam.

Dalam penelitian ini, subjek penelitian dipilih dengan metode *Purposive Sampling*. Menurut Lenaini (2021) bahwa *Purposive Sampling* adalah metode di mana peneliti memilih sampel dengan sengaja, berdasarkan kriteria khusus yang relevan dengan tujuan penelitian, untuk memastikan representasi yang sesuai dengan konteks riset dan merespons kasus yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2017), sumber data berdasarkan hasil memperolehnya dibagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara dan observasi langsung ke lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh melalui internet, media resmi instansi, penelitian terdahulu, jurnal, buku, dan sumber data sekunder lainnya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan, Adapun teknik analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles, Huberman, dan Saldana, 2014). Dalam melakukan pengujian terhadap keabsahan data pada penelitian kualitatif dilakukan menggunakan metode

triangulasi, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan menggabungkan berbagai teknik dan sumber data yang ada (Sugiyono, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk Modal Sosial yang dimiliki oleh Masyarakat dalam Mengembangkan Joho Kampoeng HEPI (JKH) sebagai *Urban Tourism*

Proses pengembangan Joho Kampoeng HEPI (JKH) dilakukan dengan meninjau bagaimana bentuk modal sosial yang dimiliki oleh masyarakat di Kampung Joho. Dalam konteks pariwisata, modal sosial yang dimiliki dapat dimanfaatkan oleh sekelompok individu untuk membentuk suatu hubungan sosial sehingga terjalin kerjasama dengan pihak-pihak lain yang mampu membantu dalam mengelola dan mengembangkan wisata. Dalam penelitian ini, analisis bentuk modal sosial yang dimiliki oleh masyarakat khususnya warga RT 07 RW 10, Kelurahan Manahan, Kecamatan Banjarsari tersebut dapat dilihat melalui tiga tipe, yaitu:

1. *Bonding Social Capital* (modal sosial mengikat)

Modal sosial ini berkaitan dengan hubungan atau ikatan yang terbentuk di antara individu atau kelompok yang memiliki kesamaan. Kesamaan tersebut berupa nilai dan norma yang terbentuk dari

adanya interaksi sosial dan menciptakan rasa saling percaya sehingga menumbuhkan hubungan yang sehat antar masyarakat. Dalam penelitian ini, peneliti akan menganalisis bagaimana bentuk *social bonding* di Joho Kampoeng HEPI (JKH) dengan melihat interaksi sosial yang terjalin dan nilai serta norma yang terbentuk di dalam masyarakat.

a. Interaksi Sosial

Dalam kehidupan bermasyarakat, interaksi sosial yang berkualitas menjadi fondasi yang diperlukan dalam pengembangan modal sosial yang efektif. Berikut adalah beberapa hal terkait unsur-unsur interaksi sosial dalam kehidupan bermasyarakat, yaitu:

1) Komunikasi dan Keterbukaan

Komunikasi yang efektif memainkan peran penting dalam pembentukan hubungan yang sehat di Kampung Joho, khususnya di RT 07. Komunikasi yang solid di antara warga telah memfasilitasi terciptanya rasa kebersamaan dan kekompakan. Keterbukaan antar anggota masyarakat mendukung pertukaran informasi yang transparan dan jujur sehingga informasi dapat diterima dengan jelas oleh semua pihak. Untuk meningkatkan keterbukaan, warga RT 07 rutin mengadakan rapat sebagai sarana pertukaran ide, kreativitas, serta saran

dalam mengembangkan Joho Kampoeng HEPI.

Selain interaksi antar warga, proses komunikasi juga melibatkan pengelola Joho Kampoeng HEPI (JKH) dengan pemangku kepentingan terkait pengembangan pariwisata. Strategi komunikasi ini meliputi penyelenggaraan rapat dengan para pemangku kepentingan atau pembuat kebijakan. Kemajuan teknologi, termasuk media sosial, memperkaya kegiatan komunikasi ini dan berdampak signifikan pada peningkatan kualitasnya. Media sosial digunakan untuk promosi Joho Kampoeng HEPI oleh pengurus JKH dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta.

2) Empati dan Kepedulian

Rasa empati yang ada di kalangan masyarakat akan memperkuat jalinan hubungan antarindividu dan memperdalam ikatan sosial di tengah-tengah kehidupan bermasyarakat. Warga RT 07 Kampung Joho menunjukkan respons yang cepat terhadap sesama warga yang mengalami kesulitan dengan memberikan dukungan dan bantuan yang sesuai dengan kebutuhan dan situasi yang dihadapi. Hal ini menunjukkan adanya rasa empati yang terbentuk dalam kehidupan bermasyarakat di Kampung Joho.

3) Rasa Positif yang Berkembang

Interaksi sosial yang harmonis berkontribusi pada penciptaan atmosfer positif dalam masyarakat, yang memfasilitasi pembentukan persatuan, kesatuan, dan kekompakan antarindividu. Upaya memelihara dan memperkuat hubungan harmonis esensial untuk memastikan kelangsungan kerukunan dan kekompakan dalam masyarakat. Rasa positif dapat diamalkan melalui peningkatan semangat kekeluargaan, gotong royong, dan musyawarah bersama, seperti yang telah lama terjalin di RT 07 Kampung Joho.

Peran pemimpin sangat penting dalam membentuk dan memelihara persatuan dan kesatuan masyarakat. Pemimpin bertindak sebagai contoh dalam perilaku dan sikap yang menguatkan kesatuan serta memfasilitasi dialog efektif antarwarga. Sikap dan tindakan pemimpin memiliki dampak signifikan dalam membangun dan menjaga persatuan dalam dinamika sosial.

b. Nilai dan Norma Sosial

Bonding Social Capital mewakili sistem nilai dan norma yang saling mendukung secara konsisten membentuk fondasi yang kokoh untuk hubungan sosial yang harmonis dan berkelanjutan dalam masyarakat. Adapun nilai dan norma sosial

terbentuk dari adanya unsur sebagai berikut:

1) Solidaritas dan Partisipasi Masyarakat

Warga Kampung Joho memiliki tujuan yang sama untuk mengembangkan dan menghidupkan kembali Joho Kampoeng HEPI (JKH) sebagai destinasi wisata yang menarik bagi pengunjung. Berbagai cara telah ditempuh secara bersama-sama oleh masyarakat, khususnya warga RT 07, untuk mendukung upaya mencapai tujuan tersebut. Adanya diskusi bersama yang menjadi agenda rutin warga Kampung Joho menggambarkan adanya sikap kebersamaan dan partisipasi aktif warga kampung tersebut dalam berbagai kegiatan yang menimbulkan sikap solidaritas dalam kehidupan bermasyarakat.

2) Kerjasama dalam Masyarakat

Kerjasama juga memerlukan adanya aturan, norma, tanggungjawab, dan rasa saling percaya di antara anggota masyarakat. Warga RT 07 sangat mengutamakan kerjasama dalam berbagai aktivitas rutin, di antaranya meliputi pelaksanaan kerja bakti dan gotong royong untuk membersihkan lingkungan kampung atau saat warga Joho Kampoeng HEPI saling membantu untuk mempersiapkan *event-event* penghargaan maupun lomba yang akan diikuti.

**Gambar 3 Pelaksanaan Kerja Bakti
Warga Kampung Joho**



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2024

3) Rasa Saling Percaya

Pentingnya menjaga kepercayaan berguna dalam menciptakan lingkungan sosial yang harmonis merupakan salah satu tujuan di lingkungan Kampung Joho, di mana masyarakat mengembangkan kepercayaan berdasarkan nilai-nilai positif yang tercipta. Hal tersebut juga didukung dengan upaya masyarakat di Kampung Joho yang terus menjaga konsistensi antara ucapan dan tindakan yang dilakukan serta saling menghargai dan menghormati satu sama lain.

2. *Bridging Social Capital* (modal sosial menjembatani)

Modal sosial menjembatani merupakan modal sosial yang mencerminkan hubungan sosial yang memfasilitasi

terciptanya kolaborasi dan kerjasama di antara aktor-aktor individu dalam suatu kelompok yang berbeda dalam karakteristiknya. *Bridging Social Capital* akan dianalisis dalam konteks pengembangan Joho Kampoeng HEPI, termasuk hubungan antara pengelola Joho Kampoeng HEPI (JKH) dengan berbagai pihak terkait, terutama keterkaitan dengan pemerintah lokal.

Adapun pokok pembahasan dalam kerangka modal sosial ini adalah bentuk kolaborasi yang terjalin antara pengelola Joho Kampoeng HEPI (JKH) dengan pihak pemerintah dan para pemangku kepentingan lainnya. Menurut De Seve (2014) kolaborasi yang dilakukan oleh pemerintah dapat ditinjau melalui beberapa indikator, antara lain dengan melihat jenis struktur hubungan antar aktor, siapa saja pihak-pihak yang terlibat, dan bagaimana penyampaian informasi yang dilakukan.

a. Struktur Jaringan (*network structure*)

Struktur jaringan berkaitan dengan hubungan antar aktor dalam kolaborasi. Sejak pendirian Joho Kampoeng HEPI (JKH) pada 2018, berbagai upaya kolaboratif telah dilakukan. Kampung Joho, sebagai destinasi wisata kampung kota, membentuk kemitraan dengan pihak terkait, termasuk pemerintah, yang mengakui potensinya melalui penghargaan

dan penyuluhan strategis. Menurut Vongvisitsin (2022), kolaborasi intensif dengan pemerintah dapat memperluas akses informasi, sumber daya, dan dukungan bagi masyarakat perkotaan.

Gambar 4 Penghargaan Joho Kampoeng HEPI



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2023

Dalam dinamika kolaboratif, entitas seperti pengelola JKH dan pemerintah berperan sebagai fasilitator utama. Pengelola JKH memimpin pengembangan Joho sebagai destinasi wisata dari inisiatif masyarakat, sementara pemerintah mendukung dan memfasilitasi kolaborasi serta memberikan arahan dan bantuan promosi. Namun, kolaborasi ini tidak berlanjut secara konsisten, dengan pemerintah hanya mampu menyediakan sosialisasi, pelatihan, dan promosi terbatas karena keterbatasan anggaran dan regulasi.

Potensi Joho Kampoeng HEPI belum didukung maksimal oleh pemerintah, meskipun masyarakat terus berupaya mengembangkan kampung tersebut. Cahyani & Sugiarti (2018) menyatakan bahwa bantuan dana dapat digunakan untuk meningkatkan tata visual dan infrastruktur, meski hal ini tidak menjamin pengembangan berkelanjutan. Bentuk kolaborasi antara pengelola JKH dan pemerintah menunjukkan struktur jaringan yang belum berhasil mengembangkan Joho Kampoeng HEPI secara optimal.

b. Tata Kelola (*Governance*)

Dalam tata kelola pengembangan wisata di Joho Kampoeng HEPI (JKH), pemerintah memainkan peran signifikan dalam mendorong kemajuan Kampung Joho. Kolaborasi antara pengelola JKH dan pemerintah bergantung pada kualitas hubungan, dukungan, dan fasilitas yang diberikan pemerintah. Pemerintah melalui POKDARWIS berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah, pengelola JKH, dan masyarakat sekitar, mendukung keterlibatan masyarakat dalam pengembangan potensi JKH. Menurut Morse dan Stephens (dalam Septiawan, 2022), kolaborasi melibatkan kesepakatan antara pemerintah, lembaga non-pemerintah, dan masyarakat.

Administrasi publik berperan dalam mengelola urusan publik dan memfasilitasi kerjasama antara pemangku kepentingan, memperkuat modal sosial dalam masyarakat. Yudha dkk. (2019) menyatakan bahwa administrasi publik menciptakan lingkungan kondusif untuk kolaborasi, memastikan pariwisata urban memenuhi kriteria keberlanjutan dan menguntungkan. Pemerintah, melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, mendukung JKH dengan SK, pelatihan, dan sosialisasi terkait pariwisata, meski kegiatan pariwisata di JKH tidak lagi seberhasil awalnya.

Menurut Usman (2018), relasi sosial dalam kolaborasi dapat meningkatkan keuntungan ekonomi dan sosial. Kampung tematik bertujuan meningkatkan ekonomi lokal dan pendapatan masyarakat, namun hal ini belum terjadi di JKH karena paket wisata tidak berjalan sesuai harapan. Aeni dan Astuti (2019) menyatakan bahwa tata kelola kolaboratif adalah strategi untuk keberlanjutan pariwisata melalui kemitraan dan keterlibatan pemangku kepentingan, menciptakan solusi manajemen yang holistik dan efektif. Dengan demikian, pengembangan JKH diharapkan dapat memberikan hasil maksimal melalui kolaborasi dan komunikasi efektif antara pemangku kepentingan untuk mengatasi

tantangan dalam pengelolaan pariwisata berkelanjutan di JKH.

c. Penyaluran Informasi (*Information Sharing*)

Dalam kerangka kolaboratif, penyaluran informasi memainkan peran penting dalam memastikan pemahaman komprehensif, mencegah informasi yang tidak akurat, serta mendukung efektivitas koordinasi dan pengambilan keputusan. Chopra dan Meindl (2013) mengemukakan bahwa informasi harus akurat, tepat, dan dapat diakses saat diperlukan. Pertukaran informasi dapat dilakukan melalui metode formal seperti persuratan, terutama dengan instansi pemerintah, serta melalui media sosial yang memudahkan komunikasi. Warga Kampung Joho memanfaatkan *WhatsApp* untuk berbagi informasi penting secara cepat dan akurat, sedangkan pengurus JKH menggunakan surat-menyerurat formal dengan *stakeholders* dan mengadakan pertemuan formal.

Hubungan sosial antara pengurus JKH dan pemerintah kota, khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, mencerminkan *Bridging Social Capital* yang membutuhkan perbaikan untuk menjadi hubungan yang sehat dan berkelanjutan. Kolaborasi saat ini belum memadai untuk mendukung perkembangan JKH, seringkali hanya berupa sosialisasi

tanpa pendampingan berkelanjutan. Lancarnya komunikasi belum cukup untuk menjamin kelangsungan proses kolaborasi sesuai harapan. Meskipun pengurus JKH dan pemerintah memiliki peran berbeda, perbedaan tersebut dapat menjadi pendorong pengembangan pariwisata di JKH dengan menciptakan kolaborasi yang lebih inovatif, penting untuk mendorong JKH sebagai destinasi wisata yang menarik dan berkelanjutan.

3. *Linking Social Capital* (modal sosial mengaitkan)

Jaringan sosial yang terjalin dalam suatu hubungan dapat ditinjau melalui frekuensi dari pertemuan yang terjadi antara aktor kunci, yaitu pengurus Joho Kampoeng HEPI (JKH) dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta. Hubungan sosial antara pengurus JKH dan pemerintah dapat dinilai dari frekuensi pertemuan, yang saat ini cenderung jarang. Meskipun pertemuan internal pengurus JKH rutin dilakukan setiap bulan, pertemuan dengan pemerintah jarang terjadi, menghambat pengembangan JKH.

Efektivitas perencanaan dan pengembangan destinasi wisata dipengaruhi oleh relasi antar aktor, yang terbentuk dari pertemuan dan kegiatan pengembangan pariwisata. POKDARWIS

di Kelurahan Manahan memainkan peran penting dalam menampung aspirasi masyarakat dan mendukung komunikasi antara pemerintah dan pengurus JKH. Pemerintah berperan signifikan dalam pengembangan JKH, sejalan dengan penelitian Nugraha (2021) yang menekankan peran dinamisor pemerintah dalam mendorong pengembangan destinasi wisata. Namun, keterbatasan anggaran membatasi kemampuan pemerintah dalam menyediakan fasilitas akomodasi wisata di JKH. Dukungan pemerintah terutama dalam bentuk promosi dan penyediaan fasilitas untuk pertemuan melalui musrenbangkel bersama POKDARWIS.

Sosialisasi dan penyuluhan terkait pengembangan wisata dinilai kurang konsisten, mengurangi dampak positif pada pengembangan JKH. Meskipun ada dukungan, hasil kolaborasi belum menunjukkan keberlanjutan jangka panjang. Menurut Yudha dkk. (2019), dukungan pemerintah penting untuk memperkuat modal sosial dalam masyarakat. Namun, relasi antar aktor saat ini belum mampu mendorong upaya pengembangan pariwisata di JKH secara efektif.

Akibatnya, hubungan yang terjalin antar aktor belum menggambarkan kondisi ideal untuk pengembangan JKH. Meskipun ada kerjasama sebelumnya, relasi yang

tidak berkelanjutan dan kurangnya perubahan diperlukan untuk meningkatkan kolaborasi. Modal sosial yang ada belum berhasil mendorong pengembangan pariwisata di JKH secara optimal.

B. Analisis Perkembangan *Urban Tourism* Joho Kampoeng HEPI (JKH) sebagai Kampung Tematik di Kota Surakarta

Joho Kampoeng HEPI sebagai bagian dari kampung tematik di Kota Surakarta, dievaluasi kesuksesannya sebagai tujuan wisata melalui analisis potensi dan peluang wilayah yang menonjolkan ciri khasnya. Prinsip-prinsip *Urban Tourism* sesuai dengan kriteria yang diperlukan untuk mengakui suatu area sebagai destinasi wisata yang menarik, mencakup keberadaan atraksi wisata, kemudahan akses, ketersediaan fasilitas dan akomodasi, serta adopsi struktur organisasi yang mendukung pengembangan objek wisata.

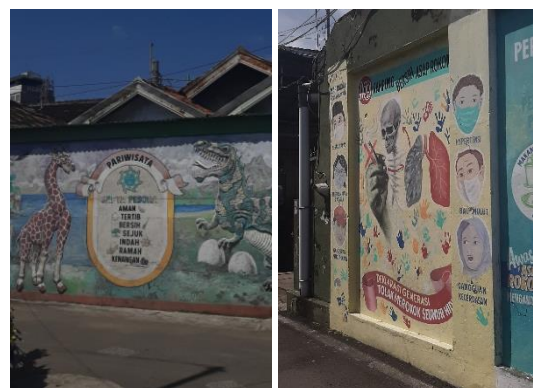
Oleh karena itu, upaya Joho Kampoeng HEPI dalam memenuhi standar tersebut merupakan prasyarat untuk diakui sebagai kampung tematik berpotensi wisata. Penelitian ini meninjau perkembangan *Urban Tourism* di Joho Kampoeng HEPI melalui beberapa unsur berikut:

1. *Attractions* (objek dan daya tarik)

Atraksi di Joho Kampoeng HEPI sebagian besar berkaitan dengan warisan

budaya Jawa, yang menjadi daya tarik utama. Ciri khas kampung ini adalah mural dan relief yang menghiasi tembok, pagar, dan bangunan, berfungsi sebagai kanvas seni visual yang memikat dengan menceritakan sejarah, pesan singkat, dan edukasi. Mural dan relief tersebut menjadi ikon Joho Kampoeng HEPI, menarik minat wisatawan melalui visual unik yang tidak dimiliki kampung tematik lain di Kota Surakarta. Beragam jenis mural dan relief 2D dan 3D dengan warna cerah dan menarik membuat lukisan tersebut *eye-catching* dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan untuk berfoto atau istilah saat ini, *instagramable*.

Gambar 5 Kumpulan Mural di Joho Kampoeng HEPI



Sumber: Observasi Peneliti, 2023

Joho Kampoeng HEPI (JKH) juga menampilkan serangkaian paket wisata yang mencakup berbagai kegiatan bagi pengunjung dengan empat pilihan yang berbeda dalam hal kegiatan, durasi, dan harga. Namun, pengelolaan paket wisata di JKH tidak memenuhi harapan yang

diinginkan dan pengurusnya tidak berhasil memperoleh pendapatan dari penawaran tersebut.

Tabel 1 Paket Wisata Joho Kampoeng HEPI

No.	Paket Wisata	Durasi	Aktivitas	Rincian	Harga/orang
1.	Hepi 1	3 jam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Latihan dolanan tradisional (égrang, dakon, bakiak, jamuran, éngklék, dan gasingan) 2. Tur keliling kampung 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wedang Sagurun + <i>snack</i> 2. Lotis/salad buah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rp25.000 (lokal) 2. Rp40.000 (mancanegara) 3. Minimal 10 pengunjung 4. Konfirmasi 1 hari sebelumnya
2.	Hepi 2	5 jam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Latihan dolanan tradisional (égrang, dakon, bakiak, jamuran, éngklék, dan gasingan) 2. Tur keliling kampung 3. Lukis talenan 4. <i>Workshop</i> Tari Jaran Kepang Anak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wedang Sagurun + <i>snack</i> 2. Lotis/salad buah 3. Jamu Hepi 4. Talenan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rp50.000 (lokal) 2. Rp80.000 (mancanegara) 3. Minimal 10 pengunjung 4. Konfirmasi 1 hari sebelumnya
3.	Hepi 3	6 jam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Latihan dolanan tradisional (égrang, dakon, bakiak, jamuran, éngklék, dan gasingan) 2. Tur keliling kampung 3. Lukis talenan 4. <i>Workshop</i> Tari Jaran Kepang Anak 5. <i>Workshop</i> layangan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wedang Sagurun + <i>snack</i> 2. Lotis/salad buah 3. Jamu Hepi 4. Talenan 5. Layangan 6. Makan siang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rp75.000 (lokal) 2. Rp125.000 (mancanegara) 3. Minimal 15 pengunjung 4. Konfirmasi 1 hari sebelumnya
4.	Hepi 4	2 hari	<p>Hari Pertama:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertunjukan tari 2. <i>Workshop</i> tari 3. Tur kampung 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wedang Sagurun + <i>snack</i> 2. Lotis/salad buah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rp200.000 (lokal) 2. Rp300.000 (mancanegara)

No.	Paket Wisata	Durasi	Aktivitas	Rincian	Harga/orang
			4. Menanam sayur organik Hari Kedua: 1. Latihan dolanan tradisional (égrang, dakon, bakiak, jamuran, éngklék, dan gasingan) 2. Lukis talenan	3. Jamu Hepi 4. Talenan 5. Kostum 6. Makan siang	3. Minimal 20 pengunjung 4. Konfirmasi 1 hari sebelumnya

Sumber: Pengurus Joho Kampoeng HEPI, 2023

Berdasarkan tabel 1, harga dari paket wisata yang ditawarkan tersebut tergolong cukup terjangkau, akan tetapi fakta menunjukkan bahwa hal tersebut tidak mampu menjamin pengunjung tertarik untuk melakukan kunjungan wisata di Joho Kampoeng HEPI. Selain itu, pengunjung saat ini lebih cenderung melakukan studi banding atau kunjungan khusus, seperti penelitian oleh akademisi atau komunitas tertentu serta kunjungan dari dinas-dinas terkait untuk melakukan sosialisasi, bukan semata-mata untuk tujuan rekreasi atau wisata.

Joho Kampoeng HEPI mengalami penurunan signifikan dalam jumlah pengunjungnya selama pandemi Covid-19, menunjukkan bahwa atraksi yang ada belum mampu mempertahankan minat wisatawan untuk mengunjungi kembali kampung tersebut. Menurut Widyaningrum (dalam Putu & Putu, 2021), faktor-faktor yang penting dalam menilai atraksi wisata

meliputi keunikan objek dan keindahan destinasi. Saat ini, potensi yang menjadi ikon Joho Kampoeng HEPI belum berhasil menjadi daya tarik yang menarik bagi wisatawan untuk mengunjungi kampung tersebut.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, yang berperan sebagai dinamisator dalam pengembangan Joho Kampoeng HEPI, terbatas dalam melakukan inovasi atas atraksi yang ada. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pembaharuan yang mengakibatkan atraksi menjadi monoton dan kurang menarik perhatian pengunjung. Situasi ini berbeda jauh dengan kondisi awal pendirian Joho Kampoeng HEPI sebagai kampung tematik di Kota Surakarta. Meskipun pemerintah telah memberikan dukungan dan bantuan, namun upaya tersebut tidak berhasil membawa kemajuan yang berkelanjutan bagi Joho Kampoeng HEPI.

Gambar 7 Kunjungan ke Joho Kampoeng HEPI



Sumber: Dokumentasi Pengelola, 2023

2. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Joho Kampoeng HEPI berada di tengah Kota Surakarta, tepatnya di Kelurahan Manahan dengan akses jalan menuju kampung tersebut sudah cukup baik. Pengunjung atau wisatawan dapat dengan mudah menuju ke Kampung Joho dengan berbagai transportasi umum yang ada di Kota Surakarta, seperti kereta api, bus, becak, ojek, atau alat transportasi lainnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyani dkk. (2020) bahwa aksesibilitas dalam *Urban Tourism* harus didukung oleh transportasi publik. Adapun transportasi publik di Kota Surakarta yang dapat digunakan sebagai alat transportasi menuju ke Joho Kampoeng HEPI adalah Batik Solo Trans (BST) dan *feder* BST.

Akan tetapi, akses menuju Kampung Joho melalui gang sempit menyulitkan kendaraan roda empat atau lebih besar untuk masuk. Kendaraan wisatawan hanya bisa parkir di pinggir jalan raya sebelum memasuki Kampung Joho. Situasi ini menjadi pertimbangan penting bagi pengelola Joho Kampoeng HEPI dalam menyediakan lahan parkir yang memadai bagi kendaraan wisatawan untuk menghindari gangguan lalu lintas di sekitar jalan menuju kampung.

Gambar 6 Kondisi Gang di Kampoeng Joho



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023

3. *Amenities and Accommodation* (amenitas dan akomodasi)

Para pengunjung objek wisata mengharapkan tersedianya fasilitas pendukung dan layanan tambahan dalam industri pariwisata untuk memenuhi kebutuhan mereka dan memberikan kenyamanan selama kunjungan. Dengan adanya fasilitas dan akomodasi yang lengkap dan berkualitas, pengalaman wisata para pengunjung dapat ditingkatkan secara signifikan. Komponen ini juga mencakup infrastruktur di area destinasi

wisata yang merupakan elemen kunci dalam pengembangan destinasi tersebut.

Tabel 2 Daftar Amenitas dan Akomodasi di Joho Kampoeng HEPI

No.	Amenitas dan Akomodasi	Ketersediaan
1.	Sanitasi (MCK)	Tidak tersedia
2.	Kebersihan (tempat sampah)	Tersedia
3.	Restoran	Tersedia
4.	Penginapan	Tersedia
5.	Tempat ibadah	Tersedia
6.	Pemandu wisata	Tersedia
7.	Akses <i>Wi-fi</i>	Tersedia

Sumber: Observasi Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 2, beberapa komponen sarana dan prasana dalam suatu objek pariwisata telah tersedia di Joho Kampoeng HEPI. Adanya beberapa rumah makan, hotel, dan tempat ibadah di sekitar Kampung Joho sangat membantu para wisatawan yang berkunjung untuk menunjang kebutuhannya selama melakukan kunjungan di Joho Kampoeng HEPI. Para wisatawan juga dapat mengakses *Wi-fi* secara gratis yang tersedia di perpustakaan Kampung Joho. Joho Kampoeng HEPI juga dilengkapi dengan pemandu wisata yang akan mengantarkan dan mendampingi wisatawan selama berkunjung ke Joho Kampoeng HEPI. Adapun tokoh yang berperan sebagai pemandu wisata adalah Bapak Ipung dan Bapak Yunus selaku pengelola Joho Kampoeng HEPI.

Meskipun demikian, fasilitas pendukung yang cukup penting keberadaannya, yaitu MCK (Mandi Cuci Kakus), belum tersedia di Joho Kampoeng HEPI. Hal ini menjadi sebuah kekurangan yang dimiliki oleh Joho Kampoeng HEPI terkait tidak tersedianya fasilitas sanitasi berupa MCK (Mandi Cuci Kakus) atau toilet umum. Hal tersebut tentunya akan memberikan ketidaknyamanan kepada pengunjung saat mengunjungi Joho Kampoeng HEPI terutama akibat ketidakterseediaannya fasilitas sanitasi tersebut.

Gambar 8 Fasilitas di Joho Kampoeng HEPI



Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023

4. *Institutions* (kelembagaan)

Konsep kelembagaan di Joho Kampoeng HEPI melibatkan berbagai aktor, seperti pengelola kampung, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, Kelurahan Manahan, dan komunitas lokal. Masing-masing aktor memiliki peran dan tanggung jawab yang berbeda dalam pengembangan destinasi wisata ini, namun mereka berbagi tujuan untuk menghidupkan kembali dan meningkatkan kunjungan wisatawan. Kampung ini tumbuh dan berkembang berkat kontribusi tokoh masyarakat seperti Bapak Maryanto, yang ide kreatifnya menarik perhatian banyak orang. Dukungan dari tokoh pemimpin Kampung Joho juga penting dalam menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk mengembangkan kampung tersebut.

Masyarakat berperan utama dalam pengembangan Joho Kampoeng HEPI dan memerlukan dukungan pemerintah setempat untuk keberlanjutan kampung tematik ini. Pemerintah, khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, mendukung melalui promosi dan pemasaran wisata serta melalui Surat Keterangan yang menetapkan Joho Kampoeng HEPI sebagai destinasi wisata kampung kota. Kolaborasi antara pemerintah dan pihak terkait juga berkontribusi pada kemajuan wisata di Kota Surakarta.

Pemerintah memanfaatkan jejaring untuk membangun relasi dan kerjasama dengan berbagai pihak seperti CSR, OPD, dan stakeholders lainnya. Mereka mengundang *influencer*, *travel writer*, dan reporter untuk mempromosikan pariwisata Surakarta, serta bekerja sama dengan SITA (*Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies*) dan PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia). Langkah ini meningkatkan kualitas layanan dan daya tarik pariwisata perkotaan.

Keberhasilan Joho Kampoeng HEPI sebagai destinasi wisata kampung kota sangat bergantung pada kemitraan antara tokoh masyarakat, pemerintah daerah, instansi pariwisata, dan komunitas setempat. Dukungan aktif dari masyarakat dan pemerintah sangat penting. Meskipun terdapat kerjasama, promosi dan dukungan pemerintah terhadap Joho Kampoeng HEPI belum optimal yang kemudian menghambat pengembangan dan peningkatan kunjungan wisatawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa tidak semua aspek dalam modal sosial yang dimiliki warga Kampung Joho RT 07 RW 10, mampu mendorong pengembangan wisata di Joho Kampoeng HEPI. Hal ini ditunjukkan dengan kuatnya interkasi sosial

dan nilai norma sosial di Kampung Joho, tidak dibarengi dengan komitmen dalam proses kolaborasi dalam mewujudkan pengembangan pariwisata berkelanjutan di Joho Kampoeng HEPI. Meskipun terdapat agenda kerjasama sebelumnya, kegiatan tersebut belum mampu secara efektif meningkatkan upaya perbaikan dan pengembangan kampung yang mengalami penurunan. Hal ini mencerminkan bahwa modal sosial yang dimiliki belum berhasil secara optimal mendorong pengembangan pariwisata di Joho Kampoeng HEPI (JKH).

Joho Kampoeng HEPI menghadapi tantangan dalam menjaga daya tarik wisatanya akibat penurunan jumlah pengunjung selama pandemi Covid-19 dan kurangnya inovasi dalam pengelolaan atraksi. Fenomena tersebut menjelaskan bahwa modal sosial yang dimiliki tidak menjamin pelaksanaan *urban tourism* di Joho Kampoeng HEPI berhasil tanpa adanya dukungan dari berbagai unsur dari pariwisata perkotaan itu sendiri.

Dalam perkembangannya, Joho Kampoeng HEPI sangat membutuhkan adanya kolaborasi yang kuat antara berbagai pihak, termasuk masyarakat setempat, pemerintah, dan pihak-pihak lainnya sebagai perwujudan dari peran tata kelola kolaboratif (*collaborative governance*) dalam mengoptimalkan pengembangan tujuan wisata dengan

melibatkan seluruh pemangku kepentingan yang mengarahkan pada penciptaan atraksi, fasilitas, dan kesadaran dalam upaya menuju pariwisata yang berkelanjutan di Joho Kampoeng HEPI.

SARAN

1. Meningkatkan komitmen kolaborasi dan koordinasi, yang melibatkan masyarakat pemerintah, dan sektor swasta untuk memastikan keberlanjutan inisiatif dari pengembangan pariwisata dengan membuat mekanisme pertemuan dan evaluasi terhadap perkembangan proyek bersama.
2. Pengembangan kapasitas dan sumber daya, melalui pelatihan dan sosialisasi yang lebih intensif dan pendampingan bagi warga tentang pengelolaan wisata dan inovasi dalam atraksi wisata sebagai perwujudan peningkatan infrastruktur dalam *urban tourism* di Joho Kampoeng HEPI.
3. Meningkatkan inovasi dalam pengelolaan atraksi wisata, dalam rangka menarik minat pengunjung dengan mengadakan *event-event* kreatif dan interaktif yang didukung dengan pemanfaatan teknologi dan media sosial untuk mempromosikan Joho Kampoeng HEPI secara lebih luas,
4. Penguatan modal sosial, melalui upaya untuk mendorong kegiatan gotong royong dan kepatuhan terhadap norma-norma sosial guna membangun

kepercayaan dan solidaritas di antara warga serta memfasilitasi program-program yang meningkatkan interaksi sosial serta partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan wisata.

5. Pengembangan strategi wisata berkelanjutan, dengan menyusun dan mengimplementasikan pengembangan pariwisata berkelanjutan yang mencakup aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi dalam pengelolaan wisata untuk menjaga daya tarik wisata yang berkelanjutan dan memberikan manfaat yang maksimal bagi masyarakat di Joho Kampong HEPI.

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, Z., & Astuti, R. S. (2019). Collaborative Governance Dalam Pengelolaan Kepariwisata Yang Berkelanjutan (Studi Pada Kegiatan Pesta Rakyat Simpedes Tahun 2019 Di Kabupaten Pati). In *Conference on Public Administration and Society* (Vol. 1, No. 01).
- Aziz, M. F. (2021). TA: Kinerja Fasilitas Pariwisata Perkotaan Pada Destinasi Pasar Tradisional Kotagede Berdasarkan Analisis *Importance-Performance* (Doctoral dissertation, Institut Teknologi Nasional Bandung).
- Cahyani, S. D., & Sugiarti, R. (2018). Implementasi Aktivitas Pariwisata TA *Urban Tourism* dalam Aspek Visual di Joho Kampong HEPI, Manahan, Surakarta. *Cakra Wisata*, 19(1).
- Cahyani, S. D., Astuti, W., & Putri, R. A. (2020). Kampung Tematik Sebagai Elemen Primer Kegiatan Wisata Perkotaan di Surakarta. *Desa-Kota: Jurnal Perencanaan Wilayah, Kota, dan Permukiman*, 2(2), 117-129.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2013). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation, 5th ed*, Pearson Education Limited: Edinburg.
- Databoks. (2023). 10 Provinsi Tujuan Wisatawan Nusantara dengan Kunjungan Terbanyak (Jan-Jun 2023). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/03/provinsi-tujuan-turis-lokal-terbanyak-hingga-juni-2023-jatim-kalahkan-bali>. Diakses pada 13 Juni 2024 pukul 20.30 WIB.
- De Seve, E. (2014). Creating public value using managed networks. In *Transforming public leadership for the 21st century* (pp. 203-220). Routledge.
- Hasbullah, J. (2006). *Social capital: Menuju keunggulan budaya manusia Indonesia*. Jakarta: MR-United Press.
- Hauberer, J. (2011). *Social capital theory* (Vol. 4). Berlin: Springer Fachmedien.
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. 3rd.
- Moleong, L.J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Nugraha, I. G. P. (2021). Peran Modal Sosial dalam Pengembangan Desa Wisata Serangan Denpasar

- Bali. *Media Wisata*, 19(2), 179-185.
- Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPKADA) Kota Surakarta Tahun 2016 – 2026.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: America's declining social capital. In *Culture and politics: A reader* (pp. 223-234). New York: Palgrave Macmillan US.
- Putri, M., & Mubaroq, H. (2022). Strategi Pengimplementasian Konsep Kampung Tematik sebagai Wujud Masyarakat untuk Mengentaskan Desa 3T (Studi kasus: Kampung Tematik Kecamatan Kademangan Kota Probolinggo). *Jurnal Studi Inovasi*, 2(1), 1-8.
- Putu, Y. W. K. N., & Putu, S. F. (2021). Pengaruh Atraksi dan Amenitas Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Pada Twin Hill Stone Garden Kabupaten Bangli Tahun 2019: Influence Of Attractions and Amenitas Tour To The Satisfaction Of Tourists At Twin Hill Stone Garden District Of Bangli Year 2019. *Arthaniti Studies*, 1(2), 7-15.
- Sania, M. & Wira, W. "4 Tren Pariwisata 2023, Kebiasaan Kerja Keras-Healing Ditinggalkan". <https://travel.kompas.com/read/2023/03/21/190500527/4-tren-pariwisata-2023-kebiasaan-kerja-keras-healing-ditinggalkan>. Diakses pada tanggal 30 Oktober 2023 pukul 13.00 WIB.
- Septiawan, R. (2022). Kolaborasi Antar Aktor dalam Pengembangan Pariwisata, Pilot Project Desa Wisata (Desa Harapan Jaya, Kec Way Ratai, Kabupaten Pesawaran). Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabet
- Surjadi, S., Purnaweni, H., Yusuf, M., & Astuti, RS (2022). Modal Sosial dalam Pembangunan Berkelanjutan Pariwisata: Studi Kasus Kawasan Cagar Budaya Nasional Pulau Penyengat. *Jurnal Kebijakan Publik*, 8 (3), 129-134.
- Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Usman, S. (2018). *Modal sosial*. Pustaka Pelajar.
- Vongvisitsin, T. (2022). Connecting Urban Communities With Tourism Through Social Capital: A Community-Based Approach. <https://theses.lib.polyu.edu.hk/handle/200/12165>
- Voydanoff, P. (2001). *Conceptualizing community in the context of work and family*. *Community, Work & Family*, 4(2), 133-156.
- Widyanti, W. (2023). Menparekraf Targetkan Jakarta Jadi Lokasi Wisata Perkotaan. https://travel.kompas.com/read/2023/11/11/162750727/menparekraf-targetkan-jakarta-jadi-lokasi-wisataperkotaan?debug=1&lgn_method=google&google_btn=oneta p. Diakses pada tanggal 23 Januari 2024 pukul 10.00 WIB.
- Woolcock, M. (2010). The rise and routinization of social capital, 1988–2008. *Annual review of political science*, 13(1), 469-487.
- Yudha, P., Radyan, D. O., & Akbar, F. A. (2019). *Urban Tourism based on social capital development model*. *Eurasia: Economics & Business*, 1(19), 37-42.