

# Strategi Pengembangan Potensi Jayengan Kampung Permata Sebagai Kawasan Wisata Budaya di Surakarta

J. F. Angel<sup>1</sup>, R. Kurniati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Diponegoro, Indonesia

## Article Info:

Received: 28 June 2020

Accepted: 9 September 2021

Available Online: 4 October 2021

## Keywords:

development strategy, potency, cultural tourism

## Corresponding Author:

Josephin Fenatama Angel  
Diponegoro University,  
Semarang, Indonesia  
[epinosephin@gmail.com](mailto:epinosephin@gmail.com)

**Abstract:** *Kampung Jayengan was formed in the early 19th century, when the royal family asked the jewelers from Martapura to come to Surakarta. Craftsmen were asked to make jewelry for the royal family in collaboration with Chinese ethnic gold entrepreneurs. They settled and married with local residents, so that cultural events took place such as the distribution of 'Samin' porridge and "Jarwana" cultural parade". The Surakarta government established Jayengan as a creative economy industrial area. Constraints that occur: lack of tourism promotion, cultural events only once a year, lack of availability of raw materials, lack of internal support, competition with other industries. The purpose of the research is to make the strategy of tourism development. The study was conducted with interviews and questionnaires to identify activities, authentic values and tourist infrastructure. The identification results are made into a questionnaire variable and then processed into an External Internal Matrix (IE). IE Matrix for Jayengan readiness in cell I, handicraft products in cell IV. It can be concluded that the right strategy is Grow and Build with the development of tourist activities, authentic values and tourist infrastructure. The benefits of this study provide direction in developing strategies for urban villages as tourist destination.*

Copyright © 2016 TPWK-UNDIP

This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 International license.

## How to cite (APA 6th Style):

Angel, J. F. (2021). Strategi Pengembangan Potensi Jayengan Kampung Permata Sebagai Kawasan Wisata Budaya di Surakarta. *Rina Kurniati*, 10(3), 210–219.

## 1. PENDAHULUAN

Latar belakang yang berbeda antar kampung kota menjadi identitas kampung tersebut. Kampung kota memiliki karakteristik berbeda-beda yang terlihat pada sistem sosial dan budaya masyarakat (Makhmud dkk., 2017). Identitas kota merupakan citra yang terbentuk dari cerminan aktivitas sosial, ekonomi, dan budaya. Kampung Jayengan merupakan salah satu kampung kota bersejarah di Kota Surakarta. Jayengan awalnya terbentuk sebagai kawasan permukiman yang terdiri dari Suku Banjar sejak 1746 yang bekerja sebagai pedagang dan pengolah intan berlian (Astuti dkk., 2015). Para pengrajin menetap dan melanjutkan kerajinan permata hingga saat ini. Ciri khas Jayengan adalah menjual perhiasan bernuansa etnis Jawa. Wisata budaya perlu dimodifikasi untuk menjadi daya tarik namun harus tetap meninggalkan nilai autentik (Cahyadi, 2015).

Aktivitas kerajinan permata menjadi identitas Kampung Jayengan. Karakteristik unik lokasi wisata, lokalitas, dan daya tarik wisata autentik adalah motivasi utama orang yang mengunjungi daerah tujuan wisata (Astuti dkk., 2017). Nilai autentik dapat dilihat dengan adanya transfer dan keberlanjutan budaya dari generasi ke generasi yang terus dipertahankan (Kreuzbauer & Keller, 2017). Kampung Jayengan memiliki daya tarik industri kreatif pengolahan permata dan kuliner, keberagaman budaya lokal, terdapat amenitas seperti akomodasi, transportasi, listrik, air bersih, dan telekomunikasi, dan organisasi Forum Jayengan Kampung Permata (Suryono dkk., 2017). Berkembangnya ekonomi kreatif diharapkan menjadi solusi permasalahan ekonomi seperti pertumbuhan ekonomi yang rendah, pengangguran, kemiskinan, dan kurangnya daya saing industri (Setiadi, 2012). Aktivitas sosial budaya juga rutin dilakukan setahun sekali. Aktivitas tersebut diwujudkan dalam acara pembagian bubur samin dan kirab budaya Jarwana. Menurut Prasiasa (2011) suatu

wisata budaya berkaitan dengan partisipasi masyarakat lokal, norma masyarakat, adat istiadat, dan budaya setempat. Dalam pengembangan wisata budaya terdapat beberapa hal unik yang menjadi daya tarik wisata. Kirab budaya Jarwana merupakan wujud akulturasi budaya Banjar, Cina dan Jawa. Akulturasi budaya terjadi apabila terdapat dua atau lebih kebudayaan yang berbeda berpadu sehingga saling mempengaruhi tanpa menghilangkan identitas atau kesalian dari masing-masing budaya (Kodiran, 2013). Acara kebudayaan di Jayengan diselenggarakan oleh pemerintah dengan adanya peranan masyarakat lokal. Menurut Kartika (2019) nilai wisata budaya lokal harus memperhatikan karakteristik budaya lokal masyarakat

Adanya penetapan Jayengan sebagai kawasan pengembangan pariwisata dan industri kreatif menandakan bahwa terdapat potensi untuk dikembangkan sebagai wisata. Perencanaan pengembangan potensi wisata perlu menganalisis perubahan lingkungan yang terjadi di sekitar. Maka dari itu dalam pengembangan potensi kampung Jayengan harus mampu memperhatikan faktor lingkungan internal dan eksternal. Menurut Hardiyanto dkk. (2018) dalam merencanakan startegi harus memperhatikan faktor potensi internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor potensi eksternal (peluang dan ancaman). Berbagai perubahan lingkungan dapat mempengaruhi keberlangsungan pengembangan potensi. Menurut Menurut Setyawan (2015) perubahan lingkungan positif akan menunjang aktivitas dan perubahan lingkungan negatif akan menjadi hambatan. Kekuatan yang telah dimiliki Jayengan seperti adanya kirab budaya Jarwana, pembagian bubur samin dan produksi kerajinan. Peluang yang terdapat pada Jayengan seperti adanya bantuan dukungan dari pemerintah khususnya dalam pengembangan aktivitas ekonomi produk kerajinan permata.

## 2. DATA DAN METODE

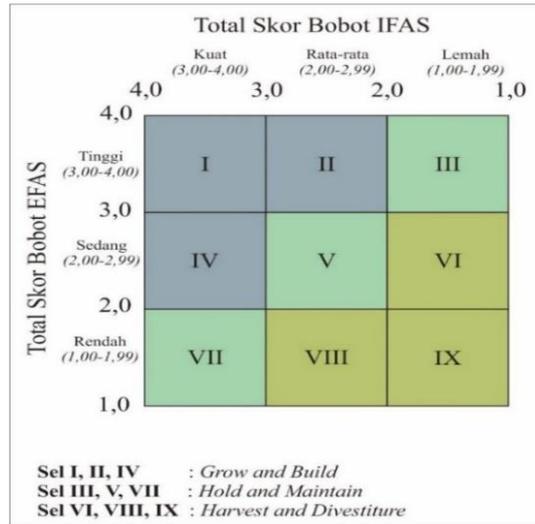
Metode penelitian merupakan sebuah metode ilmiah sederhana dalam melakukan sebuah riset atau penelitian (Hermawan, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi Jayengan Kampung Permata sebagai wisata budaya di Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penggunaan metode kuantitatif menggunakan hasil perhitungan angka yang diolah menggunakan kriteria statistik tertentu (Hermawan, 2018). Pada penelitian ini identifikasi dilakukan dengan wawancara dan observasi ditujukan untuk mempertajam dan kedetailan data berdasarkan fakta kondisi lapangan lingkungan internal dan eksternal Jayengan Kampung Permata. Metode kuantitatif pada penelitian ini berupa kuesioner untuk memberikan penelitian terhadap fakta-fakta yang telah ditemukan pada kondisi lapangan. Data yang diperoleh akan diolah secara kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis statistik dan metode pembobotan dengan menggunakan Skala Likert. Penelitian ini akan mengukur tingkat kepentingan dari faktor internal dan eksternal yang akan diolah menggunakan Matriks Internal Eksternal (Matriks IE). Berikut merupakan teknik analisis menggunakan Matriks IE:

1. Perhitungan bobot faktor internal dan eksternal Pembobotan bertujuan untuk menghitung faktor-faktor internal yang telah dianalisis. Bobot setiap variabel yang diperoleh digunakan untuk menentukan nilai setiap variable. Skala penilaian yang digunakan dalam menghitung bobot adalah sebagai berikut 1 : Sangat Tidak Penting (STP), 2 : Tidak Penting (TP) , 3 : Cukup Penting (CP) , 4 : Penting (P) , 5 : Sangat Penting (SP)
2. Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) Tahapan pertama adalah menentukan faktor-faktor yang termasuk ke dalam kekuatan dan kelemahan yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Tahapan selanjutnya adalah menghitung bobot masing-masing variabel faktor internal dari skala 1 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting). Selanjutnya adalah menentukan rating untuk tiap variabel faktor internal dan eksternal. Skala yang diberikan untuk kekuatan dan peluang mulai dari 4 (sangat kuat), 3 (kuat), 2 (lemah) dan 1 (sangat lemah)/ Sedangkan skala untuk faktor kelemahan dan ancaman adalah dari 4 (sangat lemah), 3 (lemah), 2 (kuat) dan 1 (sangat kuat). Bobot dan rating akan dikalikan untuk menentukan skor masing-masing variabel. Tahapan terakhir adalah menjumlahkan skor hasil perkalian dari bobot dengan rating untuk memperoleh total skor faktor internal dan eksternal. Total skor akan dimasukkan ke dalam Matriks IE untuk menentukan strategi.

3. Matriks IE

Skor faktor internal dan eksternal akan dimasukkan ke dalam Matriks IE. Berikut merupakan Matriks Internal Eksternal:

Gambar 1. Matriks IE (David, 2004)

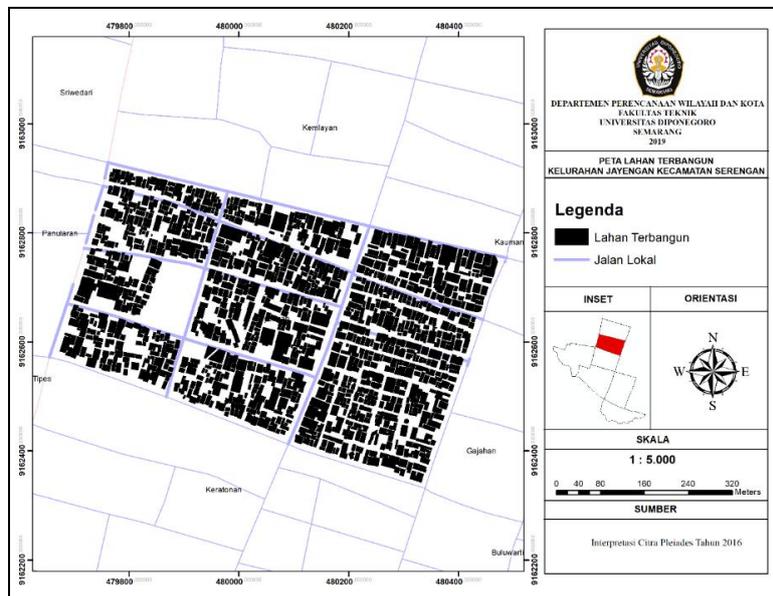


Hasil perhitungan skor akan dirumuskan kedalam strategi. Menurut Najib & Astutik (2016) penerapan strategi-strategi yang terdapat pada analisis Matriks IE adalah intensif yang terdiri dari penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Selain itu terdapat juga strategi integratif. Menurut Putra dkk. (2014) strategi intergratif terdiri dari yang terdiri dari integrasi ke depan, integrasi ke belakang dan integrasi horizontal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung Jayengan terletak di Kelurahan Jayengan, Kecamatan Serengan, Kota Surakarta. Luas wilayah nya adalah 29,9 ha. Jumlah penduduk tahun 2018 yaitu 4.006 jiwa. Jumlah penduduk laki-laki sebesar 1.936 jiwa dan penduduk perempuan sebesar 2.070 jiwa. Nilai *sex ratio* mencapai 93,53. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Tahun 2018, Kelurahan Jayengan didominasi dengan penduduk dewasa. Hal tersebut menunjukkan bahwa lebih banyak penduduk usia produktif sehingga dapat mendukung pengembangan wisata budaya di Jayengan Kampung Permata dengan masyarakat lokal.

Gambar 2. Peta Lahan Terbangun Kelurahan Jayengan (Interpretasi Citra Pleiades, 2016)



Penelitian ini dibagi kedalam dua tahap yaitu strategi pengembangan kesiapan Jayengan dan produk kerajinan. Kesiapan Jayengan akan berfokus kepada acara kebudayaan, pemasaran produk dan sarana prasarana wisata yang dikaji berdasarkan prespektif pengusaha. Strategi pengembangan produk kerajinan akan berfokus pada proses produksi dan nilai autentik yang dikaji berdasarkan prespektif pengrajin. Berikut merupakan hasil perumusan strategi:

**Strategi Pengembangan Kesiapan Jayengan**

Bedasarkan hasil identifikasi melalui wawancara dan observasi lapangan, ditemukan potensi internal (kekuatan dan kelemahan) dan potensi eksternal (peluang dan ancaman) yang terdapat pada kesiapan Jayengan. Analisis pengembangan kesiapan Jayengan berisikan acara kebudayaan (kirab budaya Jarwana dan tradisi pembagian bubur samin), pemasaran produk dan sarana prasarana wisata.

**Gambar 3.** Pembagian bubur samin (Santoso, 2019 dan Fitriani, 2018)



**Tabel 1.** Perhitungan skor internal kesiapan Jayengan Kampung Permata (Analisis, 2020)

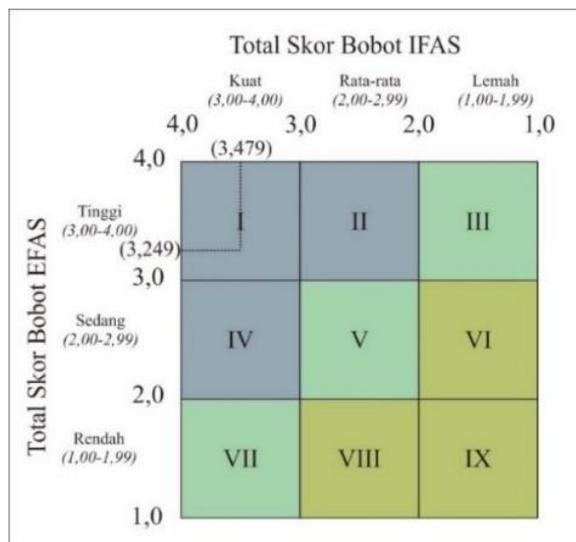
No.	Strength	bobot	Rating	Skor
S1	Adanya pembagian bubur samin setiap bulan Ramadhan	0,0571	4	0,2282
S2	Adanya acara kirab budaya Jarwana setiap tahun	0,0524	4	0,2097
S3	Adanya produk kerajinan batu permata	0,0574	4	0,2298
S4	Identitas Jayengan sebagai pengrajin permata Martapura	0,0532	3	0,1596
S5	Pengrajin permata yang diajarkan secara turun temurun oleh keturunan asli Martapura	0,0517	4	0,2066
S6	Adanya pusat informasi Jayengan Kampung Permata dan media sosial Facebook	0,0501	4	0,2005
S7	Pembangunan <i>showroom</i> sebagai sarana aktivitas jual-beli kerajinan	0,0501	4	0,2005
S8	Pembangunan bengkel yang dapat menjadi atraksi wisata	0,0520	4	0,2082
S9	Adanya beberapa rumah makan disekitar Jayengan	0,0420	3	0,1261
S10	Adanya transportasi umum dan kemudahan aksesilitas menuju Jayengan KampungPermata	0,0455	2	0,0910
<b>TOTAL</b>				<b>1,8601</b>
No.	Weakness	bobot	Rating	Skor
W1	Kebudayaan masyarakat lokal belum dikenal banyak masyarakat	0,0459	3	0,1376
W2	Acara kesenian kirab budaya Jarwana hanya setahun sekali	0,0520	4	0,2082
W3	Pembagian bubur samin hanya terjadi setahun sekali	0,0470	4	0,1881
W4	Minimnya penanda wisata	0,0555	3	0,1665
W5	Minimnya peninggalan sejarah	0,0528	2	0,1056
W6	Belum adanya kegiatan aktivitas wisata	0,0463	4	0,1850
W7	ATM dan tempat pertukaran uang sulit dijangkau	0,0405	2	0,0810
W8	Kondisi lingkungan belum menunjukkan karakter budaya	0,0466	4	0,1866
W9	Belum ada pengenalan sebagai kawasan wisata	0,0547	4	0,2190
W10	Rencana wisata belum mendapat dukungan penuh	0,0470	3	0,1411
<b>TOTAL</b>				<b>1,6187</b>
<b>SKOR TOTAL</b>				<b>3,479</b>

**Tabel 2.** Perhitungan skor internal kesiapan Jayengan Kampung Permata (Analisis, 2020)

No	Opportunity	bobot	Rating	Skor
O1	Kerajinan permata satu-satunya di Kota Surakarta	0,0586	4	0,2345
O2	Kirab budaya “Jarwana” merupakan daya tarik pengunjung wisata	0,0566	4	0,2264
O3	Budaya pembagian bubur samin sudah diketahui oleh masyarakat luar Kota Surakarta	0,0558	4	0,2231
O4	Pembeli perhiasan batu permata sudah memasuki ranah nasional	0,0554	3	0,1661
O5	Ketertarikan masyarakat terhadap proses produksi kerajinan	0,0574	4	0,2296
O6	Media sosial seperti <i>Instagram</i> dan <i>Website</i>	0,0529	4	0,2117
O7	Penjualan batu permata yang semakin diperluas	0,0562	3	0,1686
O8	Dukungan pemerintah dalam membangun Jayengan sebagai wisata dan industri kreatif	0,0586	3	0,1759
O9	Berada pada kawasan pusat perdagangan di Kota Surakarta	0,0578	4	0,2313
O10	Minat konsumen terhadap perhiasan permata yang sudah tersertifikasi	0,0535	3	0,1606
<b>TOTAL</b>				<b>1,965</b>
No	Threat	bobot	Rating	Skor
T1	Adanya wisata budaya lain disekitar Jayengan	0,0428	2	0,0855
T2	Pemasaran produk kerajinan permata sulit karena harga jual tinggi	0,0529	3	0,1588
T3	Persaingan mendapatkan bahan baku permata dengan Eropa	0,0493	3	0,1478
T4	Harga wisata yang cenderung lebih mahal dibandingkan wisata lain di Kota Surakarta	0,0383	3	0,1148
T5	Generasi penerus asli Jayengan cenderung mencari pekerjaan keluar	0,0407	4	0,1629
T6	Persaingan dengan industri batu lainnya seperti Jakarta	0,0423	2	0,0847
T7	Investasi batu permata sulit	0,0525	4	0,2101
T8	Minimnya minat masyarakat terhadap kerajinan batu permata	0,0493	2	0,0985
T9	Kota Surakarta yang identik dengan wisata batik dan Keraton	0,0525	3	0,1576
T10	Trend penggunaan perhiasan batuan yang musiman	0,0493	2	0,0985
<b>TOTAL</b>				<b>1,3192</b>
<b>SKOR TOTAL</b>				<b>3,285</b>

Bedasarkan hasil perhitungan skor didapatkan potensi internal memiliki skor 3,479 dan potensi eksternal 3,285. Hasil tersebut akan dimasukkan kedalam Matriks IE untuk menentukan startegi yang tepat.

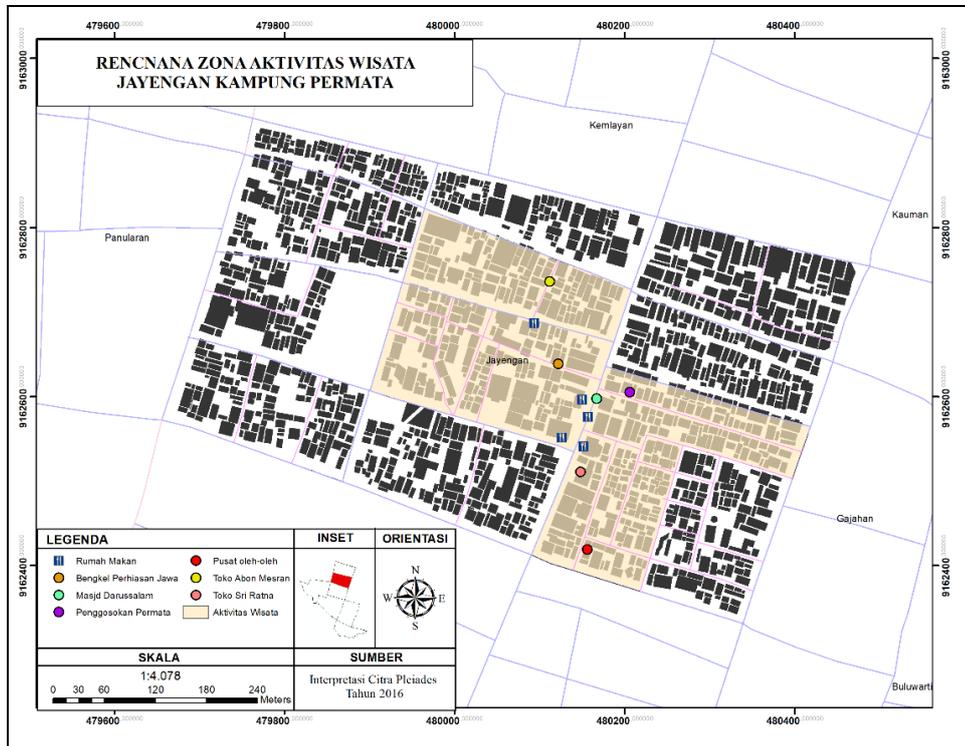
**Gambar 4.** Matriks IE Kesiapan Jayengan Kampung Permata (Analisis, 2020)



Bedasarkan hasil analisis diketahui bahwa kesiapan Jayengan berada pada sel I. Posisi ini menunjukkan bahwa strategi yang dapat dilakukan adalah mempertahankan kekuatan yang ada. Strategi yang tepat adalah Grow and Build. Perumusan strategi pengembangan kesiapan Jayengan akan dipisahkan kedalam startegi fisik dan non fisik.

Strategi pembangunan fisik dalam menentukan titik lokasi pembangunan fisik, ditentukan zoning aktivitas wisata berdasarkan hasil analisis tapak. Berikut merupakan zoning aktivitas wisata:

**Gambar 5.** Peta zoning aktivitas wisata (Analisis, 2020)



Bedasarkan hasil zoning tersebut dilakukan pembangunan fisik. Pembanguna tersebut guna memberikan karakter bagi Jayengan sebagai kawasan wisata budaya. Berikut merupakan hasil perumusan strategi:

**Tabel 3.** Strategi pembangunan Fisik (Analisis, 2020)

No.	Strategi	Keterangan
1.	Pembangunan <i>Tourism Information</i> dan “Tugu Selamat Datang”	Pembangunan <i>tourism information</i> dan pembangunan tugu selamat datang dilakukan untuk identitas dan orientasi kawasan lokasi wisata.
2.	Menetapkan Landmark Kawasan	Jayengan dapat memanfaatkan Masjid Darussalam sebagai tempat bersejarah yang dibangun secara langsung oleh leluhur sejak tahun 1930.
3.	Memberikan karakter visual kawasan Kampung Jayengan	Jayengan Kampung Permata belum memiliki identitas kawasan yang menunjukan karakter kawasan. Upaya yang dapat dilakukan adalah memberikan karakter kawasan berupa nilai sejarah kawasan dan nilai sosial budaya.

Strategi pembangunan fisik berisikan rencana mempertahankan nilai-nilai budaya dan pemasaran guna mempersiapkan Jayengan sebagai kawasan wisata budaya. Selain itu dilakukan rencana kerjasama integrasi dengan pemerintah dan masyarakat sebagai mitra yang membantu realisasi Jayengan sebagai wisata. Tabel 4. merupakan rumusan strategi yang direncanakan:

**Tabel 4.** Strategi pengembangan non fisik (Analisis, 2020)

No.	Strategi	Keterangan
1.	Mempertahankan tradisi pembagian bubur samin dan kirab budaya Jarwana	Nilai akulturasi dan tradisi yang ditonjolkan merupakan ciri khas karakter Jayengan yang tetap harus dipertahankan
2.	Mempertahankan pemasaran hingga nasional dan mancanegara	Upaya yang dapat dilakukan Jayengan adalah memanfaatkan sosial media seperti website agar mampu mengikuti jaman yang serba digital. Jayengan dapat memanfaatkan website sebagai peluang dalam mempertahankan dan mengembangkan perluasan pemasaran
3.	Kerjasama dengan pemerintah	Kerjasama yang dapat dilakukan dengan pemerintah adalah pemberian alokasi dan bagi acara kebudayaan dan membantu promosi.
4.	Kerjasama dengan masyarakat	Kerjasama yang dilakukan dengan masyarakat adalah membantu merawat sarana dan ikut dalam pembuatan makanan tradisonal pada festival jajanan nusantara.

Strategi pengembangan kesiapan jayengan bedasarkan hasil identifikasi melalui wawancara dan observasi lapangan, ditemukan potensi internal (kekuatan dan kelemahan) dan potensi eksternal (peluang dan ancaman) yang terdapat pada produk kerajinan Jayengan. Analisis pengembangan kesiapan Jayengan berisikan proses produksi dan nilai autentik produk kerajinan. Hasil pengolahan kuesioner produk kerajinan tabel 5.

**Gambar 6.** Produksi kerajinan (Analisis, 2020)



**Tabel 5.** Perhitungan skor internal produk kerajinan Jayengan Kampung Permata (Analisis, 2020)

No.	Strength	bobot	Rating	Skor
S1	Adanya pemanfaatan mesin sebagai alat bantu pengerjaan	0,095	4	0,380
S2	Adanya ciri khas adat Jawa pada perhiasan Jayengan Kampung Permata	0,095	4	0,380
S3	Pengrajin Jayengan mampu menilai kualitas dan keaslian batu berlian ( <i>Carat, Color, Cut, Clarity</i> )	0,091	3	0,274
S4	Ketelitian pengrajin dalam membuat perhiasan	0,095	4	0,378
S5	Pengrajin dapat mereparasi/membersihkan batu permata yang sudah rusak/kusam	0,080	1	0,080
S6	Kreativitas pengrajin untuk membuat lebih banyak jenis <i>design</i>	0,097	4	0,387
S7	Kreativitas pengrajin permata dalam mengolah bahan baku lain (emas, perak)	0,090	4	0,361
<b>TOTAL</b>				<b>2,241</b>

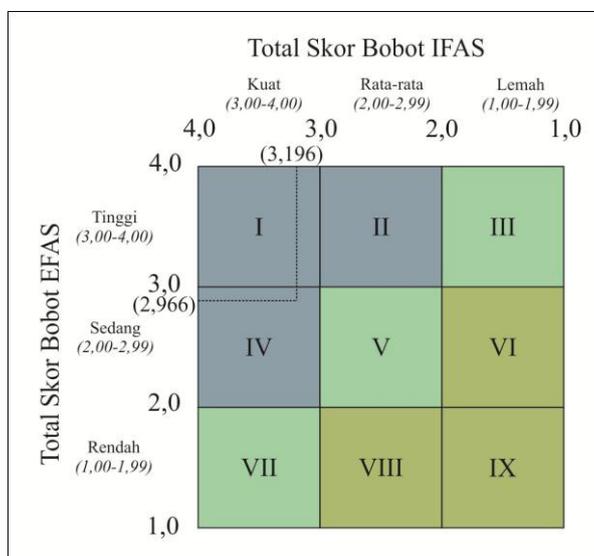
No.	Weakness	Bobot	Rating	Skor
W1	Teknologi untuk membentuk batu masih tradisional	0,069	2	0,139
W2	Kesulitan mendapatkan bahan baku	0,073	3	0,219
W3	Minat masyarakat terhadap perhiasan dengan etnis Jawa masih kurang	0,074	2	0,147
W4	Proses pembuatan perhiasan membutuhkan waktu yang lama	0,069	3	0,208
W5	Permintaan terhadap perhiasan perhiasan batu tidak stabil	0,071	3	0,214
<b>TOTAL</b>				<b>0,927</b>
<b>SKOR TOTAL</b>				<b>3,196</b>

**Tabel 6.** Perhitungan skor internal produk kerajinan Jayengan Kampung Permata (Analisis, 2020)

No.	Opportunity	bobot	Rating	Skor
O1	Sentuhan etnis Jawa pada perhiasan menjadi daya tarik konsumen Mancanegara	0,147	4	0,586
O2	Perhiasan permata Jayengan tersertifikasi menjadi peluang perluasan pemasaran	0,137	3	0,410
O3	Jayengan menyediakan berbagai jenis batu perhiasan seperti berlian, batu mulia, dan batu lokal	0,140	4	0,560
<b>TOTAL</b>				<b>1,557</b>
No.	Threat	bobot	Rating	Skor
T1	Harga jual produk mahal	0,115	2	0,231
T2	<i>Trend</i> penggunaan perhiasan batu yang musiman	0,111	2	0,221
T3	Nilai budaya luar yang mempengaruhi <i>trend design</i> perhiasan	0,110	2	0,219
T4	Persaingan pasar dengan industri lain (Toko perhiasan emas, perak)	0,113	2	0,226
T5	Kurangnya kreaivitas pengrajin untuk membuat <i>design</i> produk	0,128	4	0,511
<b>TOTAL</b>				<b>1,409</b>
<b>SKOR TOTAL</b>				<b>2,966</b>

Bedasarkan hasil perhitungan skor didapatkan potensi internal memiliki skor 3,196 dan potensi eksternal 2,966. Hasil tersebut akan dimasukkan kedalam Matriks IE untuk menentukan startegi yang tepat.

**Gambar 7.** Matriks IE Kesiapan Jayengan Kampung Permata (Analisis, 2020)



Bedasarkan hasil analisis diketahui bahwa kesiapan Jayengan berada pada sel IV. Posisi ini menunjukkan bahwa strategi yang dapat dilakukan adalah mengoptimalkan kekuatan yang ada untuk meraih peluang yang ada. Strategi yang tepat adalah Grow and Build. Berikut merupakan hasil perumusan strategi:

**Tabel 7.** Strategi pengembangan produk kerajinan (Analisis, 2020)

No.	Strategi	Keterangan
1.	Penggunaan teknologi yang lebih modern	Dalam meningkatkan kualitas dan kecepatan pengerjaan produk, dapat dilakukan penggantian mesin produk ke alat yang lebih modern.
2.	Meningkatkan kualitas produk	Upaya yang dapat dilakukan seperti mempertahankan produk kerajinan permata yang ditanam karena hal tersebut memberikan kualitas produk yang permatanya tidak mudah lepas. Hal yang dapat dilakukan adalah menggunakan lebih banyak warna, model maupun penamabahan ornamen pada perhiasan sehingga terlihat lebih menarik
3.	Pengembangan promosi produk kerajinan	Pengembangan dapat dilakukan melalui pembuatan website Jayengan Kampung Permata. Website tersebut dapat berisikan profil dan sejarah Jayengan serta sebagai media informasi penjualan produk kerajinan khas Jayengan.
4.	Pemberian pelatihan kepada pengrajin	Salah satu bentuk strategi yang dapat dilakukan adalah pemberian edukasi kepada pengrajin dapat meningkatkan kreativitas bagi pengrajin. startegi ini juga dapat menjalin hubungan antara pengusaha dan pengrajin. Pemberian pelatihan atau seminar secara rutin akan memberikan ide dan pengetahuan baru bagi pengrajin
5.	Kerjasama dengan pemerintah	Pemerintah juga dapat memberikan bantuan pelatihan dan sosialisasi kepada pengrajin sehingga dihasilkan sumber daya manusia yang lebih kreatif dan berkualitas.

#### 4. KESIMPULAN

Hasil pengolahan Matriks IE kesiapan Jayengan berada pada sel I. Posisi tersebut adalah posisi yang terbaik sehingga yang perlu dilakukan adalah mempertahankan kekuatan yang ada. Upaya mempertahankan potensi yang direncanakan adalah mempertahankan acara kebudayaan, mempertahankan promosi pemasaran hingga nasional dan mancanegara, penambahan sarana untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung dan melibatkan masyarakat serta pemerintah dalam mengembangkan acara kebudayaan, promosi kerajinan maupun pembangunan sarana. Selanjutnya didapatkan pengolahan Matriks IE produk kerajinan berada pada Sel IV. Hal tersebut menunjukkan perlu mengoptimalkan kekuatan untuk mencapai peluang yang ada. Startegi yang direncanakan adalah penggunaan alat yang lebih modern, peningkatan kualitas produk, promosi kerajinan, pelatihan kepada pengrajin dan kerjasama dengan pemerintah dalam membangun memberikan sosialisasi kepada pengrajin.

#### 5. REFERENSI

- Astuti, W., Qomarun, Fabela, A., Putri, R. A., & Astuti, D. W. (2017). Challenging Potency of Jayengan : New Opportunity for Kampung-Based Tourism in Surakarta. *Journal of Geomatics and Planning*, 4(2), 245–256. <https://doi.org/10.14710/geoplanning.4.2>
- Astuti, W., Suryono, L. P., & Rahayu, M. J. (2015). Grand Design Pengembangan “Kampung Wisata Industri Jayengan” Sebagai Upaya Percepatan Ekonomi Kawasan Berbasis Lokalitas. *Region: Jurnal*

*Pembangunan Wilayah dan Perencanaan Partisipatif.*

- Cahyadi, H. S. (2015). Authenticity and Commodification of Culture at Puri Anyar Kerambitan as Royal Tourism Attraction in Tabanan Regency, Bali Province, Indonesia. *Journal of Social Science Studies*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.5296/jsss.v3i1.7785>
- David, F. R. (2004). *Manajemen Strategis: Konsep-Konsep* (S. Rahoyo (ed.); Bahasa Ind). PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Hardiyanto, A., Soejanto, I., & Berlianty, I. (2018). Analisis Strategi Pembangunan Desa Wisata di Sentra Pengrajin Keris. *Opsi*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.31315/opsi.v11i1.2193>
- Hermawan, H. (2018). *Metode Kuantitatif Untuk Riset Bidang Kepariwisata* (1 ed.). Open Scienc Framework. <https://doi.org/DOI:10.17605/OSF.IO/YBSW9>
- Kartika, R. Y. (2019). *Pengembangan Potensi Budaya Lokal menjadi Atraksi Wisata*. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Kodiran. (2013). Akulturasi sebagai Mekanisme Perubahan Kebudayaan. *Humaniora*, 1(8), 87. <https://doi.org/10.22146/jh.v0i8.2064>
- Kreuzbauer, R., & Keller, J. (2017). The Authenticity of Cultural Products: A Psychological Perspective. *Current Directions in Psychological Science*, 26(5), 417–421. <https://doi.org/10.1177/0963721417702104>
- Makhmud, D. F., Nurhasanah, F., Utami, I. U., Khansha, S., Radnawati, D., & Syahadat, R. M. (2017). Mewujudkan Kampung Bandan Sebagai Kampung Bandan Sebagai Kampung Kota Berkelanjutan Menggunakan Pendekatan Asian New Urbanism. *Jurnal Arsitektur, Bangunan, & Lingkungan*, 6(3), 91–100.
- Najib, M., & Astutik, Y. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Ekowisata Green Hill Park Taman Wisata Alam Analisis Strategi Pemasaran Ekowisata Green Hill Park Taman Wisata Alam Cimanggu Kabupaten Bandung – Jawa Barat. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, VII(2), 133. <https://doi.org/10.29244/jmo.v7i2.16676>
- Prasiasa, D. P. O. (2011). *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat* (Empat). Salemba Humanika.
- Putra, G. R., Tama, I. P., & Remba Yanuar Efranto. (2014). Perencanaan Startegi Bisnis Dengan Menggunakan Strategi-Formulation Framework Guna Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus: Koperasi Unit Desa “BATU”). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Industri*, 2(1), 207–218.
- Santoso, A. (2019). Berbagi Bubur Samin, Tradisi Warga Keturunan Banjar saat Ramadhan. *Bengawan News*, 1.
- Setiadi, N. J. (2012). Development of The Creative Economy In The City of Bandung: Measuring Creative Behavior among Indonesian Creative Workers. *the third seminar of the Regional Studies Association Research Network*, 453/SP2H/P, 9.
- Setyawan, R. (2015). *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran Usaha Jasa Sewa Mobil “Aman-Amin” Transport Tours and Travel Ambarketawan Sleman Yogyakarta* (Vol. 3, Nomor 2) [Universitas Negeri Yogyakarta]. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Suryono, L. P., Astuti, W., & Rahayu, M. J. (2017). Tingkat Kesiapan Komponen Wisata Kreatif Jayengan Kampoeng Permata Berdasarkan Stakeholder. *Region: Jurnal Pembangunan Wilayah dan Perencanaan Partisipatif*, 7(1), 43. <https://doi.org/10.20961/region.v7i1.5784>