

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOTA SURAKARTA

Sofiyana Hidayanti¹, Ni Putu Eka Mahadewi², I Nyoman Sudiarta³

¹Email: sofiyana1706@gmail.com¹, mahadewi_ipw@unud.ac.id², sudiarta_ipw@unud.ac.id³

^{1,2,3}Program Studi Sarjana Industri Perjalanan Wisata: Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: This study was conducted to determine the internal and external factors of the development of tourism and the creative economy of the city of Surakarta, so that it can be seen the right strategy to develop tourism based on the creative economy. Data collection techniques in this study are observation, interviews, questionnaires, documentation and literature study. The sampling technique used was purposive sampling. Qualitative descriptive analysis, quantitative descriptive analysis, IFAS and EFAS matrix analysis, and SWOT analysis were selected in this study. The internal environment was analyzed based on 4A potentials (attractions, amenities, accessibilities, and ancilliary) while the external environment was analyzed based on PEST factors (Political, Economic, Social and Technological). The scores obtained on the IFAS and EFAS metrics are in the category of Aggressive strategy, and the short-term strategy that can be applied is the SO (Strength - Opportunity) strategy.

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal dari pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif kota Surakarta, sehingga dapat diketahui strategi yang tepat untuk mengembangkan pariwisata berbasis ekonomi kreatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara, kuisisioner, dokumentasi dan studi pustaka. Teknik penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis deskriptif kualitatif, analisis deskriptif kuantitatif, analisis matriks IFAS dan EFAS, serta analisis SWOT dipilih dalam penelitian ini. Lingkungan internal dianalisis berdasarkan potensi 4A (*attractions, amenities, accessibilities, dan ancilliary*) sedangkan lingkungan eksternal dianalisis berdasarkan faktor PEST (Politik, Ekonomi, Sosial dan Teknologi). Perolehan skor pada matrik IFAS dan EFAS masuk dalam kategori startegi Agresif, dan strategi jangka pendek yang dapat diterapkan adalah strategi SO (*Strenght - Opportunity*).

Keywords: creative economy, tourism, strategy, ifas, efas, swot.

PENDAHULUAN

Terdapat beberapa alasan pentingnya pengembangan industri kreatif, antara lain: memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, menciptakan iklim bisnis yang positif, membangun citra dan identitas bangsa, berbasis pada sumber daya terbarukan, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa, serta memberikan dampak sosial yang positif (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008). Keunggulan kompetitif pada ekonomi kreatif khususnya di Kota Surakarta dilihat dari potensi kearifan lokal yang beranekaragam dan sumber daya yang berkualitas. Beragamnya budaya dan kesenian menjadikan kota Surakarta sebagai kota yang memiliki daya saing.

Hubungan ekonomi kreatif dengan pariwisata saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi. Dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui pariwisata, salah satunya dapat mengembangkan wisata kota (Sudiarta dan Suardana, 2016) dan wisata kuliner (Hendriyani, *et al.* 2020) maka akan merangsang daerah tujuan wisata untuk menciptakan produk-produk inovatif yang akan memberi nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi dibanding dengan daerah tujuan wisata lainnya. Juga dapat menjadi strategi untuk memasarkan destinasi pariwisata, termasuk wisata kota (Sudiarta, 2020:132)

Perkembangan pembangunan industri kreatif di Kota Surakarta masuk sebagai salah satu strategi pembangunan ekonomi nasional,

hal tersebut dikarenakan Kota Surakarta merupakan daerah yang memiliki potensi untuk bersaing di era pasar bebas seperti sekarang ini. Kota Surakarta yang dulu menjadi pusat kerajaan Surakarta Hadiningrat memiliki potensi budaya dan ekonomi terutama bidang pariwisata dan perdagangan yang masih terus berkembang hingga saat ini. Potensi industri kreatif masih begitu besar untuk dapat digarap oleh pelaku bisnis Indonesia khususnya di Kota Surakarta. Dalam Kerangka Acuan Kerja (KAK) Profil Ekonomi Kreatif Kota Surakarta disebutkan bahwa Kota Surakarta memiliki potensi industri kreatif yang cukup besar, namun belum tergarap dengan maksimal (Nugroho Sidiq, 2013). Hal ini karena belum adanya sinergitas antara pelaku industri kreatif. Cara untuk melakukan sinergitas adalah dengan menggabungkan industri ini dalam sebuah kerangka pariwisata. Tujuan dari adanya sinergitas tersebut antara lain untuk meningkatkan perekonomian, menciptakan lapangan kerja, serta menyerap tenaga kerja. Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, angka pengangguran terbuka pada tahun 2020 mencapai 22.887. Angka ini lebih besar daripada tahun 2019 yaitu sebanyak 12.003 orang. Untuk mengatasi hal tersebut di tahun-tahun berikutnya perlu ada pengembangan dari sektor industri kreatif, sehingga tercipta sumber daya insani yang mampu menghasilkan pemasukan melalui kreativitas dan ide masing-masing.

Ekonomi kreatif menjadi salah satu peluang di tengah keadaan pandemi. Konsep ekonomi kreatif mengandalkan kreativitas, baik itu pada proses produksi, pemasaran, pengemasan, hingga promosi. Sehingga perlu adanya strategi untuk membantu para pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif untuk bangkit dan meningkatkan kembali usahanya. Penelitian ini akan memberikan suatu strategi baru dalam pengembangan ekonomi kreatif berpadu dengan pariwisata, sehingga akan mampu menjawab tantangan pembangunan ekonomi untuk masa mendatang, di antaranya peningkatan pertumbuhan ekonomi, penurunan tingkat kemiskinan dan pengangguran dengan penciptaan lapangan kerja baru, serta meningkatkan daya saing industri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal-hal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif

di kota Surakarta dan untuk mengetahui bagaimana strategi dalam pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif di kota Surakarta.

METODE

Penelitian ini berlokasi di Dinas Pariwisata Kota Surakarta yang beralamat di Komplek Balai Kota Surakarta, Jl. Jendral Sudirman, Kampung Baru, Kec. Pasar Kliwon, Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan dua (2) variabel yaitu variabel faktor internal menggunakan teori 4A. Menurut Cooper (1993) dalam Suwena (2010) bahwa dalam memenuhi segala kebutuhan dan pelayanan pariwisata, suatu daerah tujuan wisata tersebut harus didukung oleh 4 komponen utama dalam pariwisata yang dikenal dengan istilah "4A" yaitu, *attraction*, *accessibility*, *amenities* dan *ancillary*, dan faktor eksternal menggunakan PEST (Politik, Ekonomi, Sosial dan Teknologi). PEST digunakan untuk menganalisis pengaruh lingkungan terhadap aktivitas bisnis yang meliputi faktor politik, ekonomi, sosial dan teknologi (Aguilar, 1967). Teknik pengumpulan data yang digunakan antara lain observasi, wawancara, kuisioner, dokumentasi dan studi pustaka. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling* dan didapatkan 100 orang sebagai sampel yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang Pengembangan Ekonomi Kreatif Dinas Pariwisata Kota Surakarta. Analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT menjadi alat analisis untuk menjawab tujuan artikel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Atraksi wisata yang ada yaitu diantaranya dari sub sektor seni pertunjukan seperti sendratari ramayana, atraksi prajurit, wayang kulit, dll. Persebaran ekonomi kreatif di kota Surakarta sudah cukup baik, terdapat sebanyak 763 industri kreatif terdaftar dengan kecamatan Banjarsari sebagai kecamatan yang memiliki industri kreatif terbanyak. Terdapat 165 usaha penginapan baik hotel/*homestay*/vila. Selain itu, terdapat fasilitas penunjang pariwisata lainnya seperti kuliner khas Surakarta dan hasil kerajinan tangan. Terdapat berbagai macam moda transportasi yang dapat digunakan wisatawan

untuk mengunjungi kota Surakarta. Batik Solo Trans merupakan *bus rapid transit* yang dapat digunakan selama berwisata di Surakarta. Organisasi masyarakat yang dibentuk langsung oleh pemerintah kota Surakarta adalah Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS). Organisasi ini dibentuk dengan tujuan agar dapat meningkatkan citra kepariwisataan dan kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara yang berbasis masyarakat ke kota Surakarta. Kota Surakarta juga memiliki lembaga penyedia informasi (*Tourist Information Center*).

Perkembangan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Adanya pembatasan sosial, masyarakat cenderung melakukan aktivitas ekonomi melalui penjualan *online*. Dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat utamanya gadget, masyarakat lebih mudah mencari kebutuhannya melalui toko online. Dengan demikian, para pelaku ekonomi kreatif di Surakarta juga memanfaatkan *marketplace* dan *website* untuk menjualkan produk ekonomi kreatifnya.

Adapun beberapa bentuk inovasi selama masa pandemi Covid-19 khususnya dalam rangka mendongkrak perkembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Surakarta, yaitu: terdapat berbagai macam ruang kreatif yang sudah tersedia di Surakarta seperti *Open Stage* Taman Balekambang, *Muara Market*, Pakem Solo, *Seruang Co-Working Space*, dan lain-lain. Adanya ruang kreatif ini membantu kota Surakarta sebagai Kota Kreatif dan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Atraksi budaya prajurit merupakan bentuk karya tari kolosal yang terdiri dari berbagai prajurit di dalamnya. Karya ini bertujuan untuk mendorong agar setiap destinasi mengemas *event* berbasis kearifan lokal. Hal ini sesuai dengan visi pengembangan ekonomi kreatif kota Surakarta yaitu “Terwujudnya Surakarta sebagai kota kreatif berbasis budaya dan ekologi” dalam Peraturan Walikota Surakarta Nomor 15 Tahun 2017 tentang rencana aksi pengembangan ekonomi kreatif kota Surakarta. Suatu bentuk terobosan baru untuk dapat melakukan kegiatan *wellness tourism* adalah dengan mengunjungi kuliner di kota Surakarta. Beberapa kuliner khas yang menyehatkan antara lain Selat Solo, Pecel Solo, Susu Segar, Soto Bumbu Rempah dan *Wedhang Uwuh*. Selain itu terdapat *event* yang

memadukan antara aktivitas olahraga dan wisata kuliner yaitu *event* Solo KulineRun. *Event* ini berkontribusi dalam memulihkan pariwisata dan ekonomi kreatif di Surakarta.

Kekuatan dari pariwisata dan ekonomi kreatif di Surakarta antara lain memiliki destinasi wisata yang beragam dan menarik, memiliki daya tarik atau produk unik dan kreatif, menerapkan protokol kesehatan berbasis CHSE, terdapat penyedia informasi (TIC), serta adanya lembaga pengelola yang mendukung. Berdasarkan observasi, terdapat kelemahan seperti aksesibilitas yang kurang memadai seperti akses jalan dan minimnya lahan parkir di beberapa destinasi wisata serta fasilitas umum seperti toilet umum, ATM dan penukaran uang yang belum diperhatikan. Terdapat berbagai macam peluang dalam pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di kota surakarta, diantaranya adalah adanya dukungan dari pemerintah, adanya perlindungan hukum HKI (Hak Kekayaan Intelektual), harga produk ekonomi kreatif yang murah dan terjangkau, bahan baku atau potensi melimpah, serta sumber daya manusia yang kreatif, inovatif dan berdaya saing. Penggunaan teknologi yang sederhana atau belum ada keterbaruan hingga penggunaan teknologi sebagai media pemasaran yang kurang efektif emnjadi ancaman dalam pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Surakarta. Khususnya di era sekarang ini, teknologi menjadi sangat penting untuk keberlanjutan usaha pariwisata dan ekonomi kreatif. Sehingga perlu adanya pelatihan teknologi digital untuk masyarakat dan pelaku usaha.

Analisis Matrik IFAS dan EFAS

Total skor untuk analisis internal adalah 3,97. Skor terbesar untuk faktor kekuatan berasal dari faktor daya tarik atau produk ekonomi kreatif yang unik dan menarik, yaitu sebesar 0,86. Faktor kelemahan yang harus diperhatikan adalah fasilitas kota yang menunjang pariwisata seperti penginapan, rumah makan, transportasi, toilet umum, ATM, tempat parkir, dan lain-lain. Kedepannya pemerintah harus lebih memperhatikan faktor-faktor yang kurang memadai untuk penunjang pariwisata demi kenyamanan wisatawan. Berdasarkan hasil matrik IFAS dan EFAS, skor tersebut masuk pada kategori strategi Agresif. Strategi agresif merupakan strategi yang mendukung

perusahaan atau organisasi untuk terus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada untuk terus maju dan meraih kesuksesan yang lebih besar. Dengan demikian pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif Kota Surakarta berada pada situasi yang menguntungkan. Faktor kekuatan yang dimiliki dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Strategi *Strength-Opportunity* (SO), yaitu: meningkatkan kerjasama *stakeholder* pariwisata untuk menyusun program pariwisata berbasis ekonomi kreatif yang unggul, melestarikan potensi budaya dan produk kearifan lokal sebagai daya tarik wisata, dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada wisatawan, dan mengencakan sertifikasi CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, dan Environment Sustainability*) di seluruh destinasi pariwisata dan industri kreatif Kota Surakarta. Strategi *Weakness-Opportunity* (WO), yaitu meningkatkan kualitas infrastruktur pariwisata, meningkatkan fasilitas penunjang pariwisata, meningkatkan kinerja pokdarwis dalam menerapkan sapta pesona serta memberdayakan masyarakat lokal dalam mengelola sumber daya, dan meningkatkan peran masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Strategi *Strength-Threat* (ST), yaitu mempromosikan produk pariwisata dan ekonomi kreatif dengan memanfaatkan teknologi dan harga yang kompetitif dan mengembangkan ekonomi kreatif yang berbasis teknologi digital. Sedangkan strategi *Weakness-Threat* (WT), yaitu melakukan pelatihan dan pembinaan terhadap pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif terkait *digital marketing*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Surakarta memiliki karakteristik yang berbeda dari segi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mana dari segi kekuatan, meliputi destinasi wisata kota surakarta yang beragam, daya tarik/ produk ekonomi kreatif unik dan menarik, penerapan protokol kesehatan berbasis CHSE, ketersediaan penyedia informasi (TIC), adanya lembaga pengelola. segi kelemahan meliputi faktor, sarana dan prasarana transportasi yang kurang memadai, dan fasilitas penunjang pariwisata yang kurang lengkap seperti toilet umum, atm, penukaran

uang, dan tempat parkir. Selanjutnya berdasarkan faktor eksternalnya, yang pertama peluang, meliputi faktor, adanya dukungan dari pemerintah, adanya perlindungan hukum HKI, harga produk ekonomi kreatif yang murah dan terjangkau, bahan baku / potensi melimpah, SDM yang kreatif dan inovatif, SDM memiliki daya saing. Kemudian dari segi ancaman meliputi, penggunaan teknologi masih sederhana dan penggunaan teknologi sebagai media pemasaran masih kurang.

Berdasarkan hasil analisis matriks IE, terdapat perolehan skor yang mana skor tersebut masuk pada kuadran I dengan kategori strategi adalah Agresif. Strategi yang harus diterapkan dalam pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif adalah mendukung kebijakan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Kemudian berdasarkan perhitungan analisis IFAS dan EFAS didapatkan bahwa faktor internal yang memiliki skor tertinggi yaitu kekuatan (S), dan faktor eksternal dengan skor tertinggi yaitu peluang (O), sehingga strategi yang dapat diterapkan dalam jangka pendek yaitu strategi SO (*strength-weakness*).

Saran

Pemerintah harus memperhatikan sarana dan prasarana aksesibilitas yang kurang memadai demi keamanan dan kenyamanan wisatawan. Pemerintah perlu menjalin kerja sama dengan pihak swasta maupun akademisi terkait pembinaan dan pelatihan SDM khususnya pelaku UMKM kota Surakarta agar lebih memiliki wawasan tentang kemajuan teknologi utamanya, sehingga dapat mengikuti trend yang berkembang sekarang ini. Mengembangkan ekonomi kreatif berbasis teknologi digital. Agar masyarakat dan pelaku usaha dapat mengikuti kemajuan teknologi.

Masyarakat diharapkan meningkatkan kemampuannya dan mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan untuk pengembangan *skill* dan kompetensi dalam rangka mengembangkan pariwisata dan ekonomi kreatif di kota Surakarta.

Kepustakaan

- Aguilar, F. (1967). Scanning the Business Environment. Macmillan.
- Cooper. (1993) . Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Dalam Suwena, Widyatmaja (2010). Denpasar: Udayana University Press.
- Hendriyani, I Gusti Ayu Dewi., Budiarsa, Made., Antara, Made., Sudiarta, Nyoman (2020). The Loyalty Model of Foreign Tourists Consuming Traditional Balinese Food. Global Bussiness & Finance Review, Volume 25. Issue 3 (FALL 2020), 34-38.
- Nugroho, Sidiq. (2013). *Kerangka Acuan Kerja (KAK) Penyusunan Profil Ekonomi Kreatif Kota Surakarta Tahun 2013*. Acdemia.edu
- Rangkuti, Freddy., (2001). Analisis SWOT Tehnik Membedah Kasus Bisnis. Cetakan Ke-8. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2018). Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI. Jakarta: PT gramedia.
- Sudiarta, I Nyoman dan Suardana, I Wayan. (2016). Tourism Destination Planning Strategy : analysis and implementation of marketing city tour in Bali. Prosedia-Social and Behavioral Science 227, 664-670.
- Sudiarta, I Nyoman. (2020). Implementasi Kegiatan Pemasaran Pariwisata. Dalam Simarmata, Janner (ed). Pemasaran Pariwisata: Konsep, Perencanaan dan Implementasi. Medan : Yayaysan Kita Menulis.
- Sudjana, Nana. (1989). Penelitian dan Penilaian. Bandung: Sinar Baru.
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D). Bandung: Alfabeta.