

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kampung Kota merupakan kawasan hunian yang terletak di kawasan perkotaan. Kampung merupakan lingkungan tradisional khas Indonesia. Secara umum, kampung kota memiliki ciri khas lingkungan tradisional yang berasal dari budaya masyarakat setempat. Kampung dapat memberikan dampak yang besar bagi kemajuan kota oleh karena ciri khas aktivitas masyarakat yang terus dikembangkan. Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan kampung tidak selalu membawa dampak negatif bagi perkembangan kota di Indonesia. Keunikan dari suatu kampung kota dapat menjadi salah satu alternatif pariwisata bersejarah.

Pariwisata adalah sektor ekonomi terkemuka yang menghasilkan pertumbuhan ekonomi dunia. Pariwisata menjadi wadah dalam memajukan kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya negara sebagai wujud pembangunan berkelanjutan (Amutha, 2011). Pengembangan pariwisata menjadi salah satu fokus pembangunan pemerintah Indonesia. Pariwisata berkelanjutan memiliki tiga indikator penting yaitu sosial, ekonomi dan lingkungan. Aspek sosial berkaitan dengan mempertahankan atraksi, memiliki manajemen untuk pengunjung, dan menjaga warisan budaya setempat. Pada aspek ekonomi, berkaitan dengan pemantauan arus perekonomian, peluang kerja bagi warga setempat, keterlibatan publik, dan transfer pengetahuan antara wisatawan dan penduduk setempat. Aspek lingkungan berkaitan dengan kelestarian alam, kualitas dan keamanan air, serta konservasi energi. Ketiga aspek tersebut saling berkolaborasi untuk mempertahankan eksistensi dan keberlanjutan pariwisata. Pengembangan pariwisata berkelanjutan memerlukan partisipasi dari para *stakeholder* terkait serta kepemimpinan politik yang kuat untuk memastikan adanya partisipasi yang aktif dan kesepakatan antar *stakeholder*. Beberapa kota di Indonesia memiliki keunikan ciri khas budaya yang dapat dikembangkan menjadi objek pariwisata. Kekayaan budaya di Indonesia menjadikan terciptanya peluang pariwisata bersejarah yang dapat memajukan perekonomian wilayah yang berpotensi. Menurut Rahmi (2016) pengembangan pariwisata berbais kearifan lokal perlu memperhatikan elemen-elemen pembentuk destinasi yaitu pengembangan produk dengan menampilkan ciri khas kerajinan yang dapat menarik kunjungan wisatawan, pengembangan pemasaran seperti promosi destinasi, penyediaan informasi

kepariwisataan yang jelas dan efektif, pengembangan lingkungan seperti penyediaan infrastruktur, pengembangan sumberdaya manusia.

Kota Surakarta merupakan salah satu kota di Jawa Tengah yang bersejarah. Salah satu simbol dari kota Surakarta adalah keraton Surakarta. Keberadaan Keraton Solo terjadi karena adanya dualisme pemerintahan jaman dahulu berupa Keraton Kertanegaran dan Kasunanan. Sejarah kota Solo tersebut membuat pemerintah mengadakan program *Eco Cultural City* (Harsasto, 2018). Aktivitas masyarakat di Kota Surakarta juga dapat menjadi potensi wisata yang berkelanjutan yang dapat meningkatkan kualitas lingkungan, sosial dan ekonomi di kota tersebut. Karakteristik masyarakat Surakarta masih dipengaruhi oleh budaya Keraton. Hal tersebut membuat masih banyaknya kampung kota bersejarah di Kota Surakarta. Kampung kota di Surakarta masih menjadi perhatian pemerintah untuk dikembangkan. Peningkatan kualitas kampung kota seperti perbaikan kualitas lingkungan, pengangkatan nilai budaya dari kampung kota tersebut, dan peningkatan mutu kualitas hasil produk yang dihasilkan untuk kesejahteraan ekonomi masyarakat. Upaya tersebut juga dapat dilakukan dengan melibatkan partisipasi masyarakat sebagai pelaku aktivitas di kampung tersebut.

Jayengan Kampung Permata merupakan salah satu kampung kota bersejarah di Kota Surakarta. Kampung Permata terletak di Jalan Gatot Subroto, Kelurahan Jayengan, Kota Surakarta. Jayengan awalnya terbentuk sebagai kawasan permukiman yang terdiri dari Suku Banjar sejak abad ke 19 yang bekerja sebagai pedagang dan pengolah intan berlian (Astuti, Qomarun, dkk., 2017). Para pengrajin akhirnya menetap dan secara turun temurun melanjutkan industri batu permata hingga saat ini. Pada Oktober 2015, Dinas Pariwisata dan Dinas Perdagangan Kota Surakarta menetapkan kampung permata sebagai industri kreatif dan destinasi wisata melalui pembentukan Forum Jayengan KampungPermata (FJKP). Berkembangnya ekonomi kreatif diharapkan menjadi solusi permasalahan ekonomi seperti pertumbuhan ekonomi yang rendah, pengangguran, kemiskinan, dan kurangnya daya saing industri (Setiadi, 2012). Industri perhiasan permata merupakan peninggalan sosial budaya yang masih dilestarikan hingga saat ini. Peninggalan dapat diartikan sebagai kebudayaan yang diwariskan dari generasi ke generasi. Kemampuan mengasah batu permata dilestarikan secara turun menurun oleh pendatang dari suku Banjar. Kemampuan tersebut yang menjadikan hadirnya Jayengan Kampung Permata yang saat ini sedang dikembangkan sebagai industri kreatif dan wisata budaya. Menurut Cahyadi (2015), wisata budaya perlu dimodifikasi untuk menjadi daya tarik namun harus tetap meninggalkan nilai autentik atau keaslian budaya. Adanya industri kreatif Jayengan harus tetap mempertahankan identitas diri dari Jayengan Kampung Permata.

Aktivitas pengrajin batu permata merupakan ciri utama yang menggambarkan Jayengan Kampung Permata. Identitas tersebut menjadi nilai autentik Jayengan Kampung Permata. Menurut Sekar dkk. (2019), produk kerajinan Jayengan diklaim memiliki ciri khas yang berbeda dengan produk sejenis di tempat lain karena memiliki identitas halus dan luwes sesuai dengan karakter masyarakat Kota Surakarta. Selain Karakteristik unik lokasi wisata, lokalitas, dan daya tarik wisata autentik adalah motivasi utama orang yang mengunjungi daerah tujuan wisata. Menurut Astuti dkk. (2017), pameran kerajinan menjadi peluang atraksi wisata yang menarik minat masyarakat. Pengembangan pariwisata berbasis ekonomi harus memperhatikan dasar ilmu pengetahuan dan budaya sebagai identitas diri dari industri kreatif (Dreesmann dkk., 2014). Nilai yang menambah daya tarik adalah karena pengrajin berasal asli dari Martapura, Kalimantan Selatan. Hasil produksi permata Jayengan memiliki nilai autentik yang terus dipertahankan hingga saat ini. Nilai tersebut yaitu produk batu permata di Jayengan selalu diberikan sentuhan adat Jawa. Hal tersebut dipertahankan sejak awal munculnya Jayengan Kampung Permata di Surakarta. Nilai autentik dapat dilihat dengan adanya transfer dan keberlanjutan budaya dari generasi ke generasi yang terus dipertahankan (Kreuzbauer & Keller, 2017). Potensi yang ada di Jayengan Kampung Permata menjadi salah satu hal yang perlu dikembangkan. Strategi pengembangan potensi perlu direncanakan melihat telah adanya juga perhatian dari pemerintah dan akademisi di Kota Surakarta.

Pengembangan industri kreatif menjadi salah satu wujud pembangunan ekonomi yang dipromosikan oleh Pemerintah Indonesia sebagai penunjang keberlanjutan ekonomi nasional (Hidayat & Asmara, 2017). Keberlanjutan industri batu permata di Jayengan Kampung Permata ini menjadi salah satu konsentrasi oleh pemerintah Kota Surakarta dalam pengembangan pariwisata. Hal tersebut ditunjukkan dengan ditetapkannya Jayengan Kampung Permata sebagai salah satu Kawasan Pengembangan Pariwisata Daerah (KPPD) khususnya yaitu Kawasan Pengembangan Pariwisata Gatot Subroto berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan (RIPKA) Kota Surakarta Tahun 2016-2026 (Surakarta, 2016). Keberadaan Jayengan Kampung Permata memang sudah menjadi salah satu konsentrasi pembangunan pemerintah. Pengrajin permata juga merupakan penghasilan utama dari masyarakat Kampung permata. Sehingga, industri batu permata menjadi salah satu aktivitas ekonomi yang utama di kampung tersebut. Menurut Suryono dkk. (2017), Jayengan Kampung Permata memiliki daya tarik industri kreatif yaitu pengolahan permata dan kuliner, keberagaman budaya lokal sebagai atraksi, terdapat amenities seperti sarana akomodasi, sarana transportasi, listrik, air bersih, dan telekomunikasi, serta memiliki forum JKP sebagai pengelola wisata.

Adanya penetapan Jayengan sebagai kawasan pengembangan pariwisata dan industri kreatif menandakan bahwa terdapat potensi untuk dikembangkan sebagai wisata. Dalam pengembangan potensi tersebut perlu memperhatikan lingkungan internal dan eksternal. 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. Maka dari itu perlu dilakukan identifikasi terhadap lingkungan internal dan eksternal. Lingkungan internal merupakan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki sedangkan lingkungan eksternal merupakan peluang dan ancaman. 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.

Aktivitas ekonomi dalam memproduksi batu permata sudah berlangsung lama. Dengan didirikannya Forum Jayengan Kampung Permata (FJKP), semakin besar pula jumlah produksi batu permata di Jayengan. Distribusi batu permata juga sudah sampai keluar kota Surakarta. Jayengan Kampung Permata juga telah memiliki pusat informasi dan toko cinderamata. Menurut Way dkk. (2017), salah satu bentuk fasilitas wisata adalah adanya pusat informasi wisata dan toko cinderamata. Hal tersebut menunjukkan munculnya kesiapan sarana pariwisata yang disediakan pemerintah Surakarta di Jayengan Kampung Permata. Pemerintah juga mulai membangun pusat kuliner nusantara. Setelah sekian lama berkembang sebagai penghasil permata, mulai juga bermunculan aktivitas budaya. Aktivitas budaya tersebut menggambarkan akulturasi budaya yang terjadi di Jayengan Kampung Permata. Dalam pengembangan potensi wisata maka perlu dikaji aktivitas sosial budaya yang mejadi karakteristik wisata.

Jayengan Kampung Permata memiliki keunikan tersendiri dalam karakteristik sosial budaya. Aktivitas utama di Jayengan Kampung Permata adalah industri kreatif pengrajin permata. Masyarakat yang menetap di Kampung Permata terdiri dari tiga etnis yaitu Banjar, Jawa, dan Cina. Adanya tiga etnis dalam suatu kelompok masyarakat dapat menciptakan akulturasi budaya. Akulturasi budaya akan terjadi apabila terdapat dua atau lebih kebudayaan yang berbeda berpadu sehingga lambat laun saling mempengaruhi tanpa menghilangkan identitas atau keaslian dari masing-masing budaya (Kodiran, 2013). Selain akulturasi budaya, tentunya juga berpengaruh pada kehidupan sosial masyarakat setempat. Dalam mewujudkan akulturasi budaya diselenggarakan acara Kirab Budaya & Pesta Jajanan Tradisional “Jarwana”. Jarwana merupakan singkatan dari Banjar, Jawa, dan Cina. Kirab

budaya yang dilakukan adalah memperlihatkan potensi kampung dan juga gambaran tiga etnis budaya dengan pertunjukan busana adat pernikahan Banjar, busana Jawa, serat tradisi upacara adat perataan kesempurnaan Dewa Utama dari Cina. Kirab budaya dan pesta jajanan tradisional ini pertama kali dilakukan pada Oktober, 2018. Jayengan juga selalu membagikan bubur samin khas Banjar setiap bulan Ramadhan. Bubur tersebut dipercaya dapat menyembuhkan berbagai penyakit karena kandungan rempahnya.

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang diatas dapat dirumuskan bahasan penelitian yaitu aktivitas masyarakat, nilai autentik dan sarana prasarana wisata dalam pengembangan potensi wisata budaya. Jayengan Kampung Permata memang telah direncanakan menjadi salah satu destinasi wisata di Kota Surakarta. Pemerintah juga meresmikan Forum Jayengan Kampung Permata (FJKP) sebagai wadah komunitas dan jaringan bisnis bagi para pengrajin permata. Jayengan juga sudah mulai dilengkapi dengan beberapa sarana prasarana wisata. Terdapat pusat informasi batu permata, toko cinderamata, dan pusat jajanan kuliner nusantara sebagai pendukung potensi aktivitas wisata di Jayengan Kampung Permata. Nilai autentik juga terus dipertahankan oleh para pengrajin permata Jayengan. Nilai yang selalu ada dalam setiap sentuhan perhiasan permata Jayengan adalah adanya sentuhan model perhiasan adat jawa. Adanya sentuhan adat jawa menjadikan ciri khas yang melekat pada perhiasan hasil inudstri kreatif Jayengan.

Jayengan Kampung Permata merupakan objek wisata yang baru direncanakan. Pembangunan infrastruktur juga telah dilakukan di Jayengan. Ciri khas yang ditonjolkan oleh Jayengan adalah aktivitas kerajinan produk kerajinan, kirab budaya Jarwana dan pembagian bubur samin. Namun, kemampuan daya tarik objek wisata ini belum dikenal masyarakat luas. Pengunjung aktivitas kirab budaya Jarwana dan pembagian bubur samin didominasi dari Kota Surakarta saja. Selain itu Jayengan belum memiliki media promosi sehingga peluang untuk diketahui masyarakat luas belum maksimal. Penelitian lain juga mengidentifikasi beberapa masalah yang terjadi di Jayengan Kampung Permata. Penelitian yang dilakukan oleh Astuti, Permana, dkk. (2017) yaitu mengidentifikasi permasalahan dalam pembangunan wisata dan ekonomi berkelanjutan di Jayengan Kampung Permata. Penelitian tersebut menemukan beberapa permasalahan yang terjadi di Jayengan yaitu potensi wisata tidak diekspos sebagai peluang ekonomi lokal dan tetap tersembunyi tanpa intervensi dari kekuatan eksternal. Potensi wisata pada penelitian ini adalah kerajinan produk, kirab budaya Jarwana dan pembagian bubur samin. Hal tersebut menunjukkan bahwa aktivitas dan nilai autentik dari Jayengan

Kampung Permata belum diketahui oleh banyak orang. Selain itu, internal Jayengan Kampung Permata masih tertutup dengan kehadiran pihak eksternal. Penelitian juga dilakukan oleh Sekar dkk. (2019) yang mengkaji faktor-faktor pengembangan Jayengan Kampung Permata. Hasil penelitian tersebut mengkaji permasalahan ketersediaan sarana prasarana pendukung aktivitas wisata. Berdasarkan penelitian tersebut ditemukan permasalahan ketersediaan sarana pemasaran masih terbatas. Hanya terdapat tiga titik yaitu Yusuf *Jewelery* dan Nasrina *Handycraft*, serta pasar permata. Melihat hasil penelitian sebelumnya maka dapat disimpulkan beberapa permasalahan yang terjadi di Jayengan Kampung Permata. Permasalahan yang terjadi antara lain Jayengan belum dikenal masyarakat luas, kurangnya promosi wisata, belum adanya atraksi wisata, sumber daya manusia yang masih tertutup dan ketersediaan sarana pemasaran yang minim. Kondisi tersebut dapat menjadi ancaman dan kelemahan untuk bersaing dan menjadi wisata budaya di Kota Surakarta.

Dalam rencana pembangunan wisata harus memperhatikan kelebihan dan peluang yang dimiliki dari kawasan tersebut. Pengembangan suatu kawasan wisata harus memperhatikan kondisi lingkungan disekitarnya. Menurut Setyawan (2015) perubahan lingkungan positif yang terjadi merupakan penunjang dalam kelangsungan suatu kegiatan usaha dan perubahan lingkungan negatif yang terjadi merupakan gangguan dalam kelangsungan kegiatan usaha. Dalam 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 Rangkuti (2006) dalam merencanakan strategi harus memperhatikan faktor potensi internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor potensi eksternal (peluang dan ancaman). Dalam mengidentifikasi aspek lingkungan tersebut maka dapat digunakan pendekatan dengan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, Treats*). Menurut Utama (2016) analisis SWOT adalah membandingkan antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) sehingga dari hasil analisisnya dapat diambil suatu keputusan yang strategis. Melihat hal tersebut maka dibutuhkan identifikasi terkait potensi internal dan eksternal Jayengan untuk menghadapi kelemahan dan ancaman sehingga muncul pertanyaan penelitian:

“Apa strategi pengembangan potensi lingkungan internal dan eksternal Jayengan Kampung Permata sebagai destinasi wisata budaya?”

1.3 Tujuan dan Sasaran

1.3.1 Tujuan

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk memberikan strategi pengembangan potensi Jayengan Kampung Permata yang tepat berdasarkan lingkungan internal dan eksternal.

1.3.2 Sasaran

Berdasarkan tujuan yang akan dicapai, maka perlu adanya sasaran. Berikut merupakan sasaran penelitian:

1. Menganalisis potensi lingkungan internal dan eksternal kesiapan Jayengan
2. Menganalisis potensi lingkungan internal dan eksternal produk kerajinan Jayengan
3. Merumuskan strategi pengembangan kesiapan Jayengan Kampung Permata melalui analisis Matrisk IE
4. Merumuskan strategi pengembangan produk kerajinan Jayengan Kampung Permata melalui analisis Matrisk IE

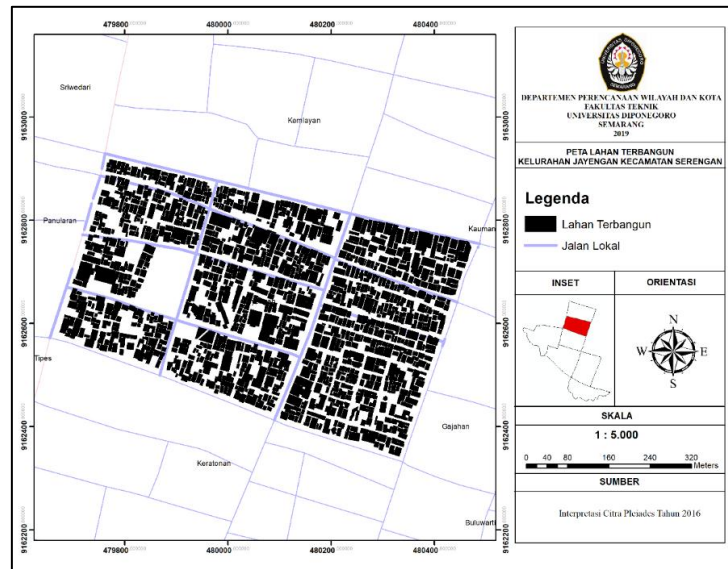
1.4 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian dibagi menjadi ruang lingkup wilayah dan ruang lingkup materi. Ruang lingkup wilayah berisikan batasan wilayah administrasi lokasi penelitian. Ruang lingkup materi berisikan identifikasi yang dilakukan dalam penelitian ini. Berikut merupakan penjelasan ruang lingkup penelitian:

1.4.1 Ruang Lingkup Wilayah

Jayengan kampung permata berada di Kelurahan Jayengan, Kecamatan Serengan, Kota Surakarta. Lokasi kampung terletak 1,5 km dari Keraton Kesultanan Surakarta. Luas wilayah Kelurahan Jayengan 29,9 ha. Jayengan Kampung Permata berlokasi di sepanjang Jalan Gatot Subroto. Terdapat Forum Jayengan Kampung Permata (FJKP) yang menjadi wadah bagi komunitas pengrajin batu permata. Terdapat juga aktivitas khas pada bulan ramadhan dan juga kirab budaya yang dapat menjadi potensi pengembangan wisata berbasis aktivitas masyarakat. Berikut merupakan batasan wilayah penelitian:

Sebelah Utara	: Kelurahan Kemiayan
Sebelah Timur	: Kelurahan Gajahan
Sebelah Selatan	: Kelurahan Keratonan
Sebelah Barat	: Kelurahan Panularan



Sumber: *Interpretasi Citra Pleiades, 2016*

Gambar 1. 1
Peta Administrasi Kelurahan Jayengan

1.4.2 Ruang Lingkup Materi

Pada penelitian ini peneliti akan berfokus mengkaji empat hal. Batasan penelitian ini adalah mengkaji potensi internal dan eksternal Jayengan Kampung Permata dan perumusan strategi pengembangan yang paling tepat. Ruang lingkup materi pada penelitian ini adalah:

1. Identifikasi kondisi internal dan eksternal Jayengan Kampung Permata mencakup:

Identifikasi ini berfokus pada aktivitas masyarakat, nilai autentik dan sarana prasarana fisik. Aktivitas yang menjadi potensi wisata berupa kegiatan ekonomi industri kreatif kerajinan permata, acara kirab budaya Jarwana dan tradisi pembagian bubur samin. Potensi lain yang dikaji adalah nilai autentik. Potensi yang dikaji adalah produk kerajinan permata berupa ciri khas produk yang dipertahankan hingga saat ini. Selain itu dikaji juga nilai yang tertanam pada tradisi pembagian bubur samin dan kirab budaya Jarwana sebagai simbol akulturasi budaya. Kondisi fisik lingkungan kawasan berupa ketersediaan sarana prasarana pendukung aktivitas wisata. Sarana prasarana yang diidentifikasi berupa pusat informasi, bengkel, toko perhiasan, rumah makan, hotel, bank, toko oleh-oleh, parkir dan pedestrian.
2. Analisis lingkungan internal dan eksternal Kesiapan Jayengan Kampung permata

Analisis ini akan berfokus pada kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman fisik serta non fisik kawasan. Fisik kawasan pada penelitian ini adalah ketersediaan sarana prasarana wisata. Sedangkan potensi non fisik pada penelitian ini adalah aktivitas sosial budaya berupa kirab

budaya Jarwana dan pembagian bubur samin, aktivitas ekonomi masyarakat berupa pemasaran atau produksi kerajinan dan nilai autentik berupa ciri khas dan identitas Jayengan.

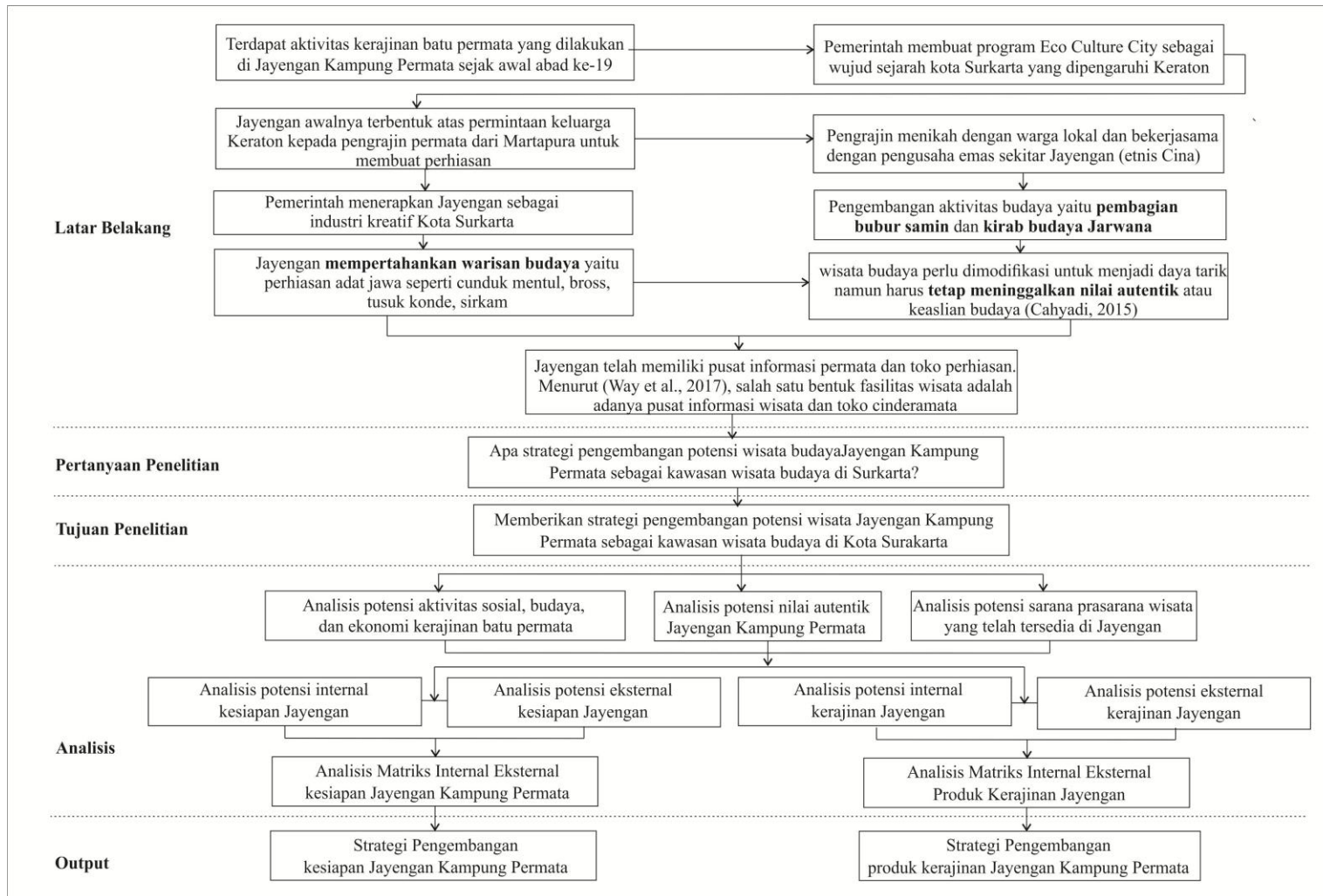
3. Analisis lingkungan internal dan eksternal produk kerajinan permata

Analisis ini akan berfokus pada proses produksi kerajinan dan nilai autentik. Proses produksi pada penelitian ini berupa kelebihan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dirasakan pengrajin dalam pembuatan kerajinan. Sedangkan nilai autentik berupa nilai yang membedakan produk Jayengan dengan industri sejenis lainnya.

4. Perumusan strategi pengembangan Jayengan Kampung Permata mencakup

Penelitian ini berfokus pada strategi intensif dan intergratif. Strategi intensif memiliki batasan yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Strategi integratif yang digunakan adalah integrasi ke belakang dan integrasi horizontal. Batasan produk dan pasar pada penelitian ini adalah pengembangan sarana prasarana fisik kawasan dan kerajinan perhiasan permata dan batu lokal

1.5 Kerangka Pikir



Sumber: Analisis Penulis, 2020

Gambar 1.2
Keranga Pikir Penelitian

1.6 Metode Penelitian

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. Pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Menurut Setiawati (2015), metode deskriptif kuantitatif berfokus pada mengungkap permasalahan-permasalahan berdasarkan fakta yang ada di lapangan. Metode deskriptif dalam penelitian ini melalui survei observasi lapangan dan wawancara. Pada penelitian ini wawancara dan observasi ditujukan untuk mendapatkan dan mempertajam data berdasarkan kondisi lapangan lingkungan internal dan eksternal Jayengan Kampung Permata. Metode kuantitatif dilakukan untuk melakukan pembuktian terhadap suatu hipotesis. Penggunaan metode kuantitatif menggunakan hasil perhitungan angka yang diolah menggunakan kriteria statistik tertentu (Hermawan, 2018). Menurut Winarno (2004) metode deskriptif tidak terbatas pada pengumpulan dan penyusunan data, tetapi meliputi analisa dan interpretasi tentang arti data tersebut. Maka dari itu perlu adanya penyelidikan deskriptif pada fenomena tertentu dan melakukan bentuk studi komperatif untuk mengukur suatu dimensi seperti pada studi kuantitatif berupa angket, test, interview, klasifikasi ataupun mengadakan penilaian, menetapkan standar, menetapkan hubungan dan kedudukan satu unsur dengan unsur yang lain. Metode kuantitatif pada penelitian ini berupa kuesioner untuk memberikan penelitian terhadap fakta-fakta yang telah ditemukan pada analisis deskriptif.

1.6.1 Informasi Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian meliputi data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder digunakan sebagai data awal untuk validasi aktivitas Jayengan yang menjadi nilai autentik dan kondisi eksisting sarana prasarana pendukung wisata. Data kemudian diolah menjadi variabel potensi internal dan eksternal wisata budaya Jayengan Kampung Permata. Berikut merupakan data yang digunakan penelitian:

TABEL I. 1
Data Penelitian

Sasaran	Variabel	Bentuk Data	Jenis Data	Teknik Pengumpulan	Sumber
Aktivitas Masyarakat	Aktivitas Ekonomi	Deskripsi Hasil Survei	Primer	Observasi dan wawancara	Pengusaha dan Pengrajin Permata
	Aktivitas sosial budaya	Deskripsi Hasil Survei	Primer	Observasi dan wawancara	Pengusaha dan Pengrajin Permata
Nilai autentik Jayengan	Budaya masyarakat	Deskripsi Hasil Survei	Primer	Observasi dan wawancara	Pengusaha dan Pengrajin Permata

Sasaran	Variabel	Bentuk Data	Jenis Data	Teknik Pengumpulan	Sumber
Kampung Permata	Produk kerajinan	Deskripsi Hasil Survei	Primer	Observasi dan wawancara	Pengusaha dan Pengrajin Permata
	Kesenian daerah	Deskripsi Hasil Survei	Primer	Observasi dan wawancara	Pengusaha dan Pengrajin Permata
	Identitas kawasan	Deskripsi Hasil Survei	Primer	Observasi dan wawancara	Pengusaha dan Pengrajin Permata
	Peninggalan sejarah	Deskripsi Hasil Survei	Primer	Observasi dan wawancara	Pengusaha dan Pengrajin Permata
Ketersediaan sarana prasarana wisata	Pusat informasi wisata	Deskripsi Hasil Survei	Primer dan sekunder	Observasi dan telaah dokumen	Data Instansi
	Retail shop (tempat jual beli kerajinan)	Deskripsi Hasil Survei	Primer dan sekunder	Observasi dan telaah dokumen	Data Instansi
	Bank	Deskripsi Hasil Survei	Primer dan sekunder	Observasi dan telaah dokumen	Data Instansi
	Showroom	Deskripsi Hasil Survei	Primer dan sekunder	Observasi dan telaah dokumen	Data Instansi
	Transportasi	Deskripsi Hasil Survei	Primer dan sekunder	Observasi dan telaah dokumen	Data Instansi
	Akomodasi	Deskripsi Hasil Survei	Primer dan sekunder	Observasi dan telaah dokumen	Data Instansi
	Aksesibilitas	Deskripsi Hasil Survei	Primer dan sekunder	Observasi dan telaah dokumen	Data Instansi
	Rumah makan	Deskripsi Hasil Survei	Primer dan sekunder	Observasi dan telaah dokumen	Data Instansi

Sumber: Analisis penulis, 2020

1.6.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran dalam proses penelitian untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Objek pada penelitian ini adalah pengusaha dan pengrajin. Jika jumlah populasi kurang dari 100 orang, maka seluruh populasi akan dijadikan sampel. Maka dari itu, objek penelitian yang digunakan adalah populasi. Hal tersebut dikarenakan jumlah pengusaha dan pengrajin kurang dari 100 orang. Jumlah pengrajin adalah 60 orang dan pengusaha 30 orang.

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu tahapan dalam sebuah kegiatan penelitian. Pengumpulan data dengan teknik yang tepat, akan menghasilkan sebuah informasi yang akurat dan berguna dalam sebuah kegiatan penelitian. Teknik pengumpulan data terbagi menjadi dua yaitu, pengumpulan data primer dan data sekunder

A. Teknik Pengumpulan Data Primer

Pengumpulan data primer merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan secara langsung ke lapangan oleh peneliti. Pengumpulan data primer dilaksanakan dengan cara sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data secara langsung yang didasari fakta-fakta lapangan atau teks dan melalui pengalaman panca indra (Hasanah, 2017). Pengumpulan data dengan teknik observasi berguna untuk mengetahui aktivitas produksi kerajinan, jual beli produk kerajinan, ketersediaan dan kondisi sarana pendukung aktivitas wisata yang ada di Jayengan secara langsung. Objek observasi sarana pada penelitian ini yaitu pusat informasi, parkir, pedestrian, jalan, aksesibilitas, lalu lintas, toko oleh-oleh, ATM, hotel, rumah makan, Masjid Darussalam, toko perhiasan dan bengkel produksi kerajinan. Observasi lapangan dilakukan oleh penulis pada 27 Desember 2019 dan 20-21 Maret 2020. Selain itu dilakukan observasi menggunakan *google street view* untuk pengambilan data tambahan berupa gambar terkait kondisi pedestrian, parkir, jalan dan aksesibilitas, drainase, kondisi lalu lintas dan bangunan di Jayengan Kampung Permata. Pengumpulan data seperti ini dilakukan karena penelitian dilakukan saat terjadi wabah covid-19. Hasil observasi digunakan untuk data dalam menganalisis zona-zona pusat aktivitas wisata di Jayengan Kampung Permata.

2. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti terhadap nara sumber atau sumber data (Harnovinsah, 2012). Tujuan dilakukannya wawancara adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana narasumber wawancara diminta pendapat dan ide-idenya (Sugiyono, 2007). Wawancara yang dilakukan berdasarkan hasil identifikasi pada latar belakang dan rumusan masalah. Berdasarkan hasil identifikasi didapatkan variabel-variabel (kriteria) yang digunakan dalam wawancara yaitu sebagai berikut:

1. Aktivitas Sosial Budaya (ASB)

Berdasarkan identifikasi pada latar belakang dan rumusan masalah, didapatkan terdapat aktivitas sosial budaya yang menjadi potensi wisata yaitu acara kebudayaan. Acara kebudayaan terdiri dari dua aktivitas yaitu:

- a. Kirab budaya Jarwana (*ASB-1*)
- b. Pembagian buur samin (*ASB-2*)

2. Aktivitas Ekonomi (AE)

Berdasarkan identifikasi pada latar belakang dan rumusan masalah, didapatkan aktivitas ekonomi yang menjadi potensi wisata yaitu kerajinan produk permata. Aktivitas terkait kerajinan produk permata terdiri dari dua aktivitas yaitu:

- a. Proses produksi kerajinan permata (*AE-1*)
- b. Proses distribusi kerajinan permata (*AE-2*)

3. Nilai Autentik (NA)

Bedasarkan identifikasi pada latar belakang dan rumusan masalah, didapatkan nilai autentik yang menjadi potensi wisata. Nilai autentik tersebut yaitu:

- a. Produk kerajinan permata (*NA-1*)
- b. Pembagian bubur samin (*NA-2*)
- c. Kirab budaya Jarwana (*NA-3*)

4. Rencana Aktivitas Wisata (RAW)

Narasumber yang dipilih pada tahapan wawancara ini menggunakan teknik *key person*. Narasumber yang dipilih dengan teknik *key person* digunakan ketika peneliti telah memahami informasi awal terkait objek penelitian dan narasumber, sehingga membutuhkan *key person* untuk memberikan informasi lebih lanjut dengan wawancara dan observasi (Domai dkk., 2015). Narasumber pada penelitian ini adalah Ketua Forum Jayengan Kampung Permata, pengusaha dan pengrajin. Wawancara bertujuan untuk mendapat informasi aktivitas Jayengan dan nilai autentik. Pada bagian akhir hasil wawancara akan diberikan kode untuk mengetahui narasumber yang memberikan informasi. Berikut merupakan narasumber pada penelitian ini:

TABEL I. 2
Narasumber Wawancara

No.	Nama Narasumber	Peranan	Kode
1.	Yusuf Al-Katiri	Ketua Forum Jayengan Kampung Permata	YA
2.	Adam Hermawan	Pengusaha	AH
3.	Joko Thole	Pengrajin	JT
4.	Hatta	Pengrajin	HT
5.	Adi Putra	Pengrajin	AP

Sumber: Interpretasi penulis, 2020

Narasumber dipilih karena mereka adalah keturunan asli Banjar yang mengetahui kondisi Jayengan. Selain itu, mereka merupakan pelaku industri kerajinan permata yang akan mendapatkan dampak dari pengembangan potensi di Jayengan. Pada penelitian ini, wawancara dilakukan secara tatap muka dan melalui whatsapp (online). Wawancara tatap muka dilakukan dua kali pada 27 Desember 2019 dan 20-21 Maret 2020. Wawancara dilakukan melalui perjanjian terlebih dahulu dengan ketua Forum Jayengan Kampung Permata melalui pesan Whatsapp. Wawancara dilakukan pada 27 Desember 2019 dan 20 Maret 2020. Kebutuhan data pendukung tambahan didapatkan melalui wawancara tambahan melalui pesan whatsapp dengan pengusaha pada 28 Maret 2020. Wawancara menggunakan whatsapp dilakukan karena sedang terjadi penyebaran wabah Covid-19.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah pengumpulan data di mana responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang hasilnya kemudian dikembalikan kepada peneliti (Sugiyono, 2013). Kuesioner yang diberikan kepada responden untuk memperoleh data tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi oleh Jayengan Kampung Permata dalam persiapan menjadi wisata budaya di Kota Surakarta. Kuesioner pada penelitian ini merupakan angket yang bersifat tertutup. Kuesioner diberikan kepada seluruh pengusaha dan pengrajin. Jumlah pengusaha 30 orang dan pengrajin sebanyak 60 orang. Pada penelitian ini kuisisioner digunakan untuk mendapatkan data kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari kesiapan dan produk kerajinan Jayengan Kampung Permata yang akan diolah kedalam matriks. Kuesioner kesiapan Jayengan akan diberikan kepada pengusaha dan kuesioner produk kerajinan diberikan kepada pengrajin. Kuesioner untuk pengusaha berisi 40 butir pertanyaan. Sedangkan kuesioner untuk pengrajin berisikan 20 butir pertanyaan. Pembagian kuesioner dilakukan dengan mendatangi pengusaha dan pengrajin ke pusat informasi dan bengkel produksi kerajinan. Penyebaran kuesioner dibantu oleh ketua Forum Jayengan Kampung Permata dan pengusaha dikarenakan terjadi wabah Covid-19. Kuesioner yang disebar oleh ketua Forum Jayengan Kampung Permata dan pengusaha adalah 42 kuesioner untuk pengrajin dan 20 kuesioner untuk pengusaha. Kuesioner yang disebar secara langsung oleh peneliti adalah 18 kuesioner untuk pengrajin dan 10 kuesioner untuk pengusaha pada survei tanggal 20-21 Maret 2020.

B. Teknik Pengumpulan Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012) pengumpulan data sekunder adalah pencarian data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, dokumen pemerintah dan berita surat kabar. Data dari dokumen pemerintah berupa Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 3 Tahun 2016 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2016-2026, Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata, Keputusan Dirjen Perhubungan Darat Nomor: 272/HK.105/DRJD/96 Tentang Pedoman Teknis Penyelenggaraan Fasilitas Parkir. Literatur yang diperoleh berupa penelitian terdahulu yang dilakukan di Jayengan. Berita surat kabar yang digunakan berasal dari kutipan berita dari internet. Pada penelitian ini, telaah dokumen digunakan untuk mendapatkan data guna lahan, profil wilayah Jayengan Kampung Permata, regulasi-regulasi terhadap pengembangan potensi wisata, gambar aktivitas kirab budaya Jarwana dan tradisi pembagian bubur samin, penelitian terdahulu tentang potensi Jayengan serta acuan membuat strategi pengembangan fisik kawasan.

1.6.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini terdiri dari tiga tahap. Tahapan pertama yaitu mengidentifikasi aktivitas, nilai autentik dan kondisi fisik kawasan. Identifikasi ini dilakukan melalui wawancara dan observasi lapangan. Hasil identifikasi pertama akan dijadikan acuan pada analisis berikutnya. Analisis Selanjutnya adalah menentukan potensi internal dan eksternal Jayengan. Hasil analisis ini dijadikan variabel untuk kuesioner. Tahap selanjutnya adalah membuat matriks IE yang didapatkan dari hasil pengolahan kuesioner yang telah disebar. Matriks IE akan menghasilkan posisi sel kuadran yang dijadikan acuan dalam membuat strategi. Berikut merupakan tahapan analisis:

1. Analisis lingkungan internal dan eksternal

Menurut David (2004) potensi internal dapat diidentifikasi melalui pengamatan dan pengumpulan data dalam lingkungan perusahaan seperti keuangan, kegiatan sumber daya manusia, kegiatan operasional, dan kegiatan pemasaran. Hasil identifikasi ini akan dirumuskan menjadi *Strength* dan *Weakness* yang kemudian menjadi variabel dalam pertanyaan kuisoiner. Selanjutnya adalah identifikasi potensi eksternal. Menurut David (2004), potensi eskternal dapat diidentifikasi melalui pengamatan dan pengumpulan data di lingkungan luar perusahaan seperti analisis pasar, analisis kompetitor, analisis komunitas, analisis pemasok, analisis pemerintah, analisis kelompok kepentingan tertentu. Hasil identifikasi tersebut akan dirumuskan menjadi *Opportunity* dan *Threat* yang kemudian menjadi variabel pertanyaan kuisoiner. Pertanyaan kuesioner akan diberikan kepada pengusaha dan pengrajin.

2. Analisis Matriks Internal Eskternal (IE)

A. Pembobotan faktor internal dan ekstrnal

Penilaian bobot ini didapatkan dari hasil kuesioner yang diberikan kepada 30 pengusaha dan 60 pengrajin Jayengan Kampung Permata. Pembobotan dilakukan pada setiap butir pertanyaan kuesioner. Kuesioner akan diberikan menggunakan skala penilaian. Penggunaan skala dalam kuesioner menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2013), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam menentukan bobot didapatkan dari pengolahan hasil kuesioner. Skala penilaian yang digunakan dalam kuesioner untuk potensi internal (*strength* dan *weakness*) dan eksternal (*opportunity* dan *threat*) adalah sebagai berikut:

TABEL I. 3
Skala Penilaian Kuesioner

Skala penilaian	Keterangan
1	Sangat Tidak Penting
2	Tidak Penting
3	Cukup Penting
4	Penting
5	Sangat Penting

Sumber: (Sugiyono, 2013b)

Tahap pertama dalam perhitungan bobot adalah cara mengolah hasil keusioner. Perhitungan hasil kuesioner dilakukan dengan menightingting nilai faktor. Nilai faktor digunakan untuk bobot variabel. Perhitungan nilai dan total bobot dilakukan pada faktor internal (*strength & weakness*) dan potensi eksternal (*opportunity & threat*). Tahapan pertama adalah menghitung total bobot faktor internal. Berikut merupakan gambaran proses perhitungan faktor internal:

TABEL I. 4
Proses Perhitungan Bobot Internal

No.	Strength	(Skala kuesioner)					Nilai Faktor Strength	Bobot strength
		5	4	3	2	1		
S-1	...	(jumlah responden)					Total (nilai skala x responden)	Bobot S-1 = $\frac{\text{Nilai S-1}}{\text{nilai faktor internal}}$
S-2	...							
S-2	...							
S-4	...							
S-5	...							
						Nilai faktor strength (S-1 + S-2 + S-3 + S-4 + S-5)	Total bobot strength (S-1 + S-2 + S-3 + S-4 + S-5)	
No.	Weakness	5	4	3	2	1	Nilai Faktor Weakness	Bobot Weakness
W-1	...						Total (nilai skala x responden)	Bobot W-1 = $\frac{\text{Nilai W-1}}{\text{nilai faktor internal}}$
W-2	...							
W-2	...							
W-4	...							
W-5	...							
						Nilai faktor weakness (W-1 + W-2 + W-3 + W-4 + W-5)	Total bobot weakness (W-1 + W-2 + W-3 + W-4 + W-5)	
Total						Nilai Faktor Internal = Nilai Faktor Strength + weakness	Bobot Faktor Internal = Bobot Faktor Strength + weakness	

Sumber: Hardiyanto dkk., 2018

Setelah mendapatkan nilai bobot internal, dilakukan perhitungan juga untuk faktor eksternal. Proses perhitungan bobot faktor eksternal sama dengan perhitungan pada faktor internal. Hal yang membedakan adalah jenis variabelnya saja. Berikut proses perhitungan bobot eksternal:

TABEL I. 5
Proses Perhitungan Bobot Eksternal

No.	Opportunity	(Skala kuesioner)					Nilai Faktor Opportunity	Bobot Opportunity
		5	4	3	2	1		
O-1	...	(jumlah responden)					Total (nilai skala x responden)	$\text{Bobot O-1} = \frac{\text{Nilai O-1}}{\text{nilai faktor eksternal}}$
O-2	...							
O-2	...							
O-4	...							
O-5	...							
						Nilai faktor Opportunity (O-1 + O-2 + O-3 + O-4 + O-5)	Total bobot Opportunity (O-1 + O-2 + O-3 + O-4 + O-5)	
No.	Threat	5	4	3	2	1	Nilai Faktor Threat	Bobot Threat
T-1	...						Total (nilai skala x responden)	$\text{Bobot T-1} = \frac{\text{Nilai T-1}}{\text{nilai faktor eksternal}}$
T-2	...							
T-2	...							
T-4	...							
T-5	...							
						Nilai faktor threat (T-1 + T-2 + T-3 + T-4 + T-5)	Total bobot threat (T-1 + T-2 + T-3 + T-4 + T-5)	
Total						Nilai Faktor Eksternal = Nilai Faktor Opportunity + threat	Bobot Faktor Eksternal = Bobot Faktor Opportunity + threat	

Sumber: Hardiyanto dkk., 2018

B. Perhitungan Skor Faktor Internal dan Eksternal

Pada tahap ini dilakukan nilai skor tiap faktor. Perhitungan skor variabel menggunakan bobot faktor dan rating. Rating variabel ditentukan penulis berdasarkan derajat kepentingannya. Derajat kepentingan tersebut menunjukkan besar pengaruh dari tiap variabel. Skor faktor akan menentukan letak faktor internal dan eksternal pada matriks. Berikut merupakan skala penilaian rating:

TABEL I. 6
Skala rating faktor internal

Faktor Potensi Internal	
Kekuatan (Strength):	Kelemahan (Weakness):
Sangat kuat : 4	Sangat Lemah : 4
Kuat : 3	Lemah : 3
Lemah : 2	Kuat : 2
Sangat lemah: 1	Sangat Kuat : 1
Faktor Potensi Eksternal	
Peluang (Opportunity):	Ancaman (Threat):
Sangat kuat : 4	Sangat Lemah : 4
Kuat : 3	Lemah : 3
Lemah : 2	Kuat : 2
Sangat lemah : 1	Sangat Kuat : 1

Sumber: Poerwarini, 2017

Pada penilaian skala rating pada faktor *strength* dan *opportunity*, semakin besar skala penilaian yang diberikan artinya semakin besar pengaruh variabel tersebut dalam pengembangan strategi. Sebaliknya, pada faktor *weakness* dan *threat*, semakin besar skala yang diberikan artinya semakin

besar pengaruh variabel untuk melemahkan pengembangan strategi. Berikut merupakan proses perhitungan skor potensi faktor internal:

TABEL I. 7
Proses Perhitungan Skor Internal

No.	Strength	Bobot	Rating	Skor Strength
S-1	...			Skor S-1 = Bobot (S-1) x rating (S-1)
S-2	...			
S-2	...			
S-4	...			
S-5	...			
				Total Skor (S-1 + S-2 + S-3 + S-4 + S-5)
No.	Weakness	Bobot	Rating	Skor Weakness
W-1	...			Skor W-1 = Bobot (W-1) x rating (W-1)
W-2	...			
W-2	...			
W-4	...			
W-5	...			
				Total skor (W-1 + W-2 + W-3 + W-4 + W-5)
Total				Total skor internal = Total skor <i>strength</i> + <i>weakness</i>

Sumber: (Hardiyanto dkk., 2018)

Setelah menghitung skor faktor internal, dilakukan juga perhitungan skor faktor eksternal. Proses perhitungan faktor eksternal sama dengan perhitungan skor internal. Perbedaannya adalah pada variabelnya saja. Berikut merupakan proses perhitungan skor eksternal:

TABEL I. 8
Proses Perhitungan Skor Eksternal

No.	Opportunity	Bobot	Rating	Skor Opportunity
O-1	...			Skor O-1 = Bobot (O-1) x rating (O-1)
O-2	...			
O-2	...			
O-4	...			
O-5	...			
				Total Skor (O-1 + O-2 + O-3 + O-4 + O-5)
No.	Threat	Bobot	Rating	Skor Threat
T-1	...			Skor T-1 = Bobot (T-1) x rating (T-1)
T-2	...			
T-2	...			
T-4	...			
T-5	...			
				Total skor (T-1 + T-2 + T-3 + T-4 + T-5)

Total			Total skor eksternal = Total skor <i>opportunity</i> + <i>threat</i>
--------------	--	--	--

Sumber: (Hardiyanto dkk., 2018)

Menurut Setyawan (2015) Matriks Internal Eksternal (IE) menggunakan elemen parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi dalam pengembangan proyek. Penelitian menggunakan Matriks IE bertujuan untuk memperoleh strategi bisnis yang lebih detail berdasarkan sembilan sel yang memiliki implikasi tindakan strategi yang berbeda. Menurut Evelyn (2018) pembuatan matriks IE ini bertujuan untuk menentukan posisi perusahaan pada matriks IE agar dapat diketahui strategi yang harus dilakukan perusahaan secara umum. Dalam menentukan strategi dibutuhkan nilai potensi internal dan eksternal. Nilai tersebut akan dimasukkan ke dalam Matriks IE. Berikut merupakan Matriks Internal Eksternal:

		Total Skor Bobot IFAS		
		Kuat (3,00-4,00)	Rata-rata (2,00-2,99)	Lemah (1,00-1,99)
Total Skor Bobot EFAS	Tinggi (3,00-4,00)	I	II	III
	Sedang (2,00-2,99)	IV	V	VI
	Rendah (1,00-1,99)	VII	VIII	IX

4,0
3,0
2,0
1,0

Sel I, II, IV : *Grow and Build*
 Sel III, V, VII : *Hold and Maintain*
 Sel VI, VIII, IX : *Harvest and Divestiture*

Sumber: David, 2004

Gambar 1.3
Matriks Internal Eksternal (IE)

Menurut Wibowo (2009) Matriks IE dapat mengidentifikasi sembilan sel strategi perusahaan, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel itu dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama, yaitu:

1. Posisi berada pada sel I, II, dan IV : *Grow dan Build*.
Strategi yang cocok bagi perusahaan yang berada pada sel-sel tersebut Intensive (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau integration integrasi ke depan, integrasi ke belakang dan integrasi horizontal)
2. Posisi berada pada sel III, V, VII : *Hold dan Maintain*
Strategi yang umum dipakai yaitu strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk
3. Posisi berada pada sel VI, VIII, dan IX : *Harvest* atau *Divestiture*

C. Analisis Strategi Berdasarkan Matriks IE

Analisis matriks Internal Eksternal menghasilkan beberapa strategi. Menurut Najib & Astutik (2016) penerapan strategi-strategi yang terdapat pada analisis Matriks IE adalah:

a. Intensif

Intensif memiliki tiga bentuk strategi yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Berikut merupakan penerapan strategi intensif:

1. Penetrasi pasar

Penetrasi pasar adalah strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar. Contoh penerapannya adalah melakukan promosi dan penawaran kepada calon wisatawan. Upaya dapat dilakukan melalui media cetak atau media elektronik (sosial media), serta hubungan masyarakat.

2. Pengembangan pasar

Pengembangan pasar merupakan pengenalan produk atau jasa yang ada saat ini ke wilayah geografis yang baru. Upaya yang dibutuhkan seperti promosi yang lebih untuk mengenalkan produk pada wisatawan yang berasal dari luar kawasan tersebut

3. Pengembangan produk

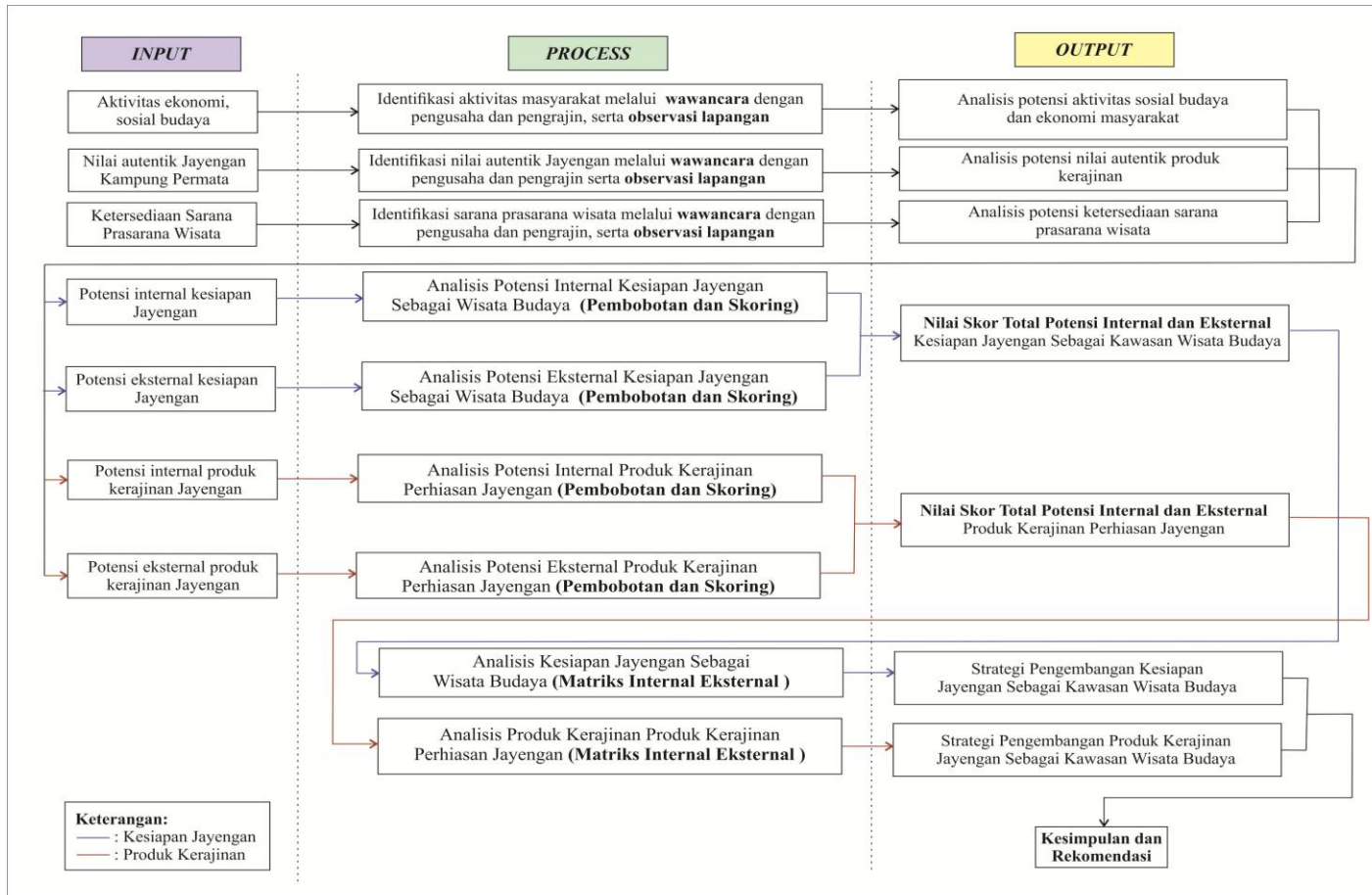
Pengembangan produk mengupayakan peningkatan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini. Salah satu upaya yang dapat dilakukan seperti variasi paket wisata.

b. Intergratif

Strategi intergratif memungkinkan perusahaan atau pengelola memperoleh kendali atas distributor, pemasok, dan/atau pesaing. Menurut Putra dkk. (2014) Strategi intergratif terdiri dari tiga hal yaitu:

1. Integrasi ke belakang : Bentuk implementasi strategi adalah menjalin hubungan baik dengan para pekerja dan melakukan pengawasan pada proses pengerjaan produk.
2. Integrasi horizontal : Bentuk implementasi strategi adalah menjalin hubungan dengan mitra usaha dan pemerintah
3. Integrasi kedepan : Mengambil alih jalur distribusi seperti melalui e-commerce.

1.7 Kerangka Analisis



Sumber: Analisis Penulis, 2020

Gambar 1. 4
Kerangka Analisis Penelitian

1.8 Manfaat Penelitian

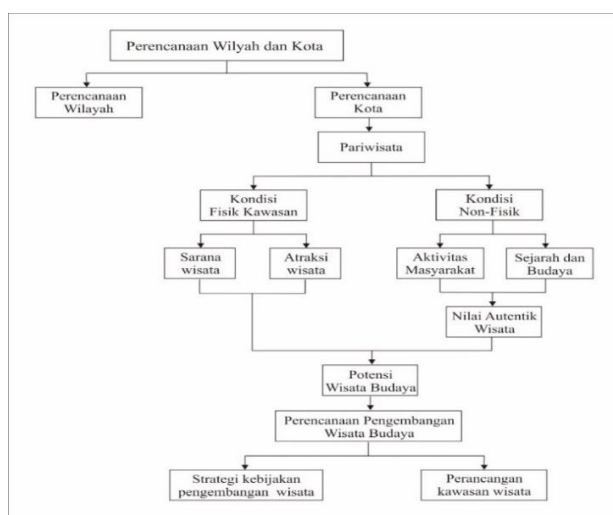
1.8.1 Manfaat Bagi Pemerintah Kota Surakarta

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan dan acuan bagi pemerintah Pemerintah Kota Surakarta dalam membuat regulasi pengembangan potensi wisata budaya Jayengan Kampung Permata. Hasil analisis ini dapat digunakan sebagai pertimbangan kebijakan rencana pengembangan wisata dan industri kreatif Jayengan yang sedang dilakukan oleh pemerintah Kota Surakarta. Melihat hal tersebut perlu adanya analisis sehingga pengaruh-pengaruh yang dapat mengancam keberlangsungan pengembangan wisata Jayengan dapat di minimalisir. Kekurangan dan kelemahan yang ada di Jayengan Kampung Permata juga perlu dikaji sehingga juga dapat meminimalisir hambatan-hambatan pengembangan wisata.

1.8.2 Manfaat Bagi Perencanaan Wilayah dan Kota

Penelitian ini berkontribusi dalam memberi gambaran bagi akademisi tentang pengembangan potensi wisata budaya di suatu kota Metropolitan seperti Kota Surakarta. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi dalam memberi pengetahuan tentang penggunaan matriks Internal Eksternal (IE) untuk menyusun strategi perencanaan wilayah dan kota. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran penyusunan strategi pengembangan potensi wisata budaya berdasarkan nilai-nilai sejarah yang tertanam pada suatu kawasan.

1.9 Posisi Penelitian Dalam Perencanaan Wilayah dan Kota



Sumber: Analisis penulis, 2020

Gambar 1.5
Posisi Penelitian dalam Perencanaan Wilayah dan Kota

1.10 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sasaran, ruang lingkup wilayah dan ruang lingkup materi, kerangka pikir, metodologi penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Latar belakang berisikan sejarah hadirnya suku Banjar ke Jayengan hingga saat ini memiliki banyak potensi dari aktivitas, nilai autentik hingga ketersediaan sarana prasarana. Tujuan dan sasaran berisi target dan batasan dalam penelitian. Ruang lingkup wilayah menjelaskan batas spasial penelitian dan ruang lingkup materi menjelaskan batasan materi yang pada penelitian. Kerangka pikir menjadi alur pikiram penelitian dan metode penelitian menjelaskan metode dan teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran penelitian. Manfaat penelitian berisikan manfaat yang didapatkan bagi pemerintah kota Surakarta dan perencanaan wilayah dan kota.

BAB II LITERATUR KAMPUNG KOTA DAN KAWASAN WISATA BUDAYA

Bab ini menjelaskan literature pendukung terkait pengertian kampung kota, pengertian aktivitas manusia yang kemudian membentuk nilai sosial budaya dan ekonomi masyarakat, nilai autentik sebagai daya tarik wisata budaya, sarana prasarana pendukung aktivitas wisata, potensi internal eksternal dan penggunaan Matriks Internal Eksternal dalam pembuatan strategi.

BAB III POTENSI JAYENGAN KAMPUNG PERMATA SEBAGAI WISATA BUDAYA

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum wilayah studi penelitian meliputi penggunaan lahan, aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat, nilai autentik, serta sarana prasarana pendukung wisata.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai hasil penelitian berupa analisis Matriks IE kesiapan jayengan Kampung Permata dan produk kerajinan. Hasil pengolahan matriks akan menjadi dasar perumusan strategi yang lebih tepat

BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian dan rekomendasi terhadap penelitian lanjutan, terhadap Jayengan Kampung Permata, serta akademisi.