

# KONSEP DAN STRATEGI PENGEMBANGAN *CREATIVE TOURISM* PADA KAMPUNG PARIKAN SURABAYA

Ira Ningrum Resmawa<sup>1</sup>, Siti Masruroh<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>STIE YAPAN

Ikip Gunung Anyar Blok E No. 152-154/197-198 Surabaya  
E-mail : iraresmawa@gmail.com<sup>1</sup>, sitimasruroh.ig7474@gmail.com<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Sebuah kota yang penuh dengan atraksi tidak secara langsung menjadi sebuah destinasi, dibutuhkan semacam *adventure* yang sengaja dirancang bagi wisatawan untuk menikmati alam dan budaya dengan didukung akses bagi wisatawan untuk menuju ke tempat tersebut. Banyak kota-kota maupun destinasi wisata yang saat ini tidak hanya mengandalkan kemegahan bangunan, monumen dan keindahan alamnya saja namun lebih kearah mensinergikan dengan seni dan budaya. Seni dan budaya inilah yang akan diintegrasikan kedalam strategi pengembangan pariwisata maupun perencanaan kota dan dikenal dengan istilah *creative tourism* atau *creative destination*. Pengembangan pariwisata berbasis budaya dengan mengedepankan wisata kreatif banyak sekali berkembang di wilayah Surabaya dengan cara membuat *theme park* bagi kampung-kampung yang ada di Surabaya. Salah satu kampung tersebut adalah Kampung Parikan yang memiliki daya tarik Parikan yang menjadi ciri khas Surabaya dan menghiasi setiap sudut kampung Bosem, Kelurahan Moro Krembangan, Kecamatan Krembangan, Kota Surabaya. Tujuan dalam penelitian ini adalah merumuskan konsep dan strategi pengembangan pariwisata kreatif. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif, analisis konten, IFAS EFAS dan matriks SWOT. Hasil analisis IFAS dan EFAS dalam diagram cartesius SWOT, menunjukkan Kampung Parikan berada pada posisi yang menguntungkan dengan faktor kekuatan dan peluang yang dominan dan *growth strategy* sebagai fokus utama strategi pengembangan.

**Kata kunci :** *Creative Destination, Parikan, Culture, Adventure, Creative Tourism, Moro Krembangan.*

## ABSTRACT

*A city full of attractions not directly becoming a destination, it takes a kind of adventure that is deliberately designed for tourists to enjoy nature and culture with the support of tourists to go to the place. Many cities and tourist destinations that currently do not rely solely on the grandeur of buildings, monuments and their natural beauty but rather synergize with art and culture. This art and culture will be integrated into tourism development strategies and urban planning and are known as creative tourism or creative destinations. The development of culture-based tourism by promoting creative tourism is so much developed in the Surabaya area by creating theme parks for villages in Surabaya. One of the villages is Parikan Village which has a Parikan appeal which is a characteristic of Surabaya and adorns every corner of Bosem village, Moro Krembangan Village, Krembangan District, Surabaya City. The purpose of this study is to formulate concepts and strategies for the development of creative tourism. The analysis techniques in this study are qualitative descriptive analysis, content analysis, IFAS EFAS and SWOT matrix. The results of IFAS and EFAS analysis in the SWOT cartesius diagram show that Parikan Village is in a favorable position with the dominant strength and opportunity factors and growth strategy as the main focus of the development strategy.*

**Keywords:** *Creative Destination, Parikan, Culture, Adventure, Creative Tourism, Moro Krembangan.*

## PENDAHULUAN

Sebuah kota yang penuh dengan atraksi tidak secara langsung menjadi sebuah destinasi, dibutuhkan semacam *adventure* yang sengaja dirancang bagi wisatawan untuk menikmati alam dan budaya yang didukung dengan akses

bagi wisatawan untuk menuju ke tempat tersebut.

Industri pariwisata saat ini memang sangat kompetitif, semua destinasi baik internasional maupun lokal menawarkan keunggulannya masing-masing mulai dari *natural*, *man-made*, dan *culture* yang mampu

menarik wisatawan untuk tertarik datang serta berhasil menciptakan sebuah destinasi dengan pengalaman yang menakjubkan. Banyak kota-kota maupun destinasi wisata yang saat ini tidak hanya mengandalkan kemegahan bangunan, monumen dan keindahan alamnya saja namun lebih kearah mensinergikan seni dan budaya. Seni dan budaya inilah yang akan diintegrasikan kedalam strategi pengembangan pariwisata maupun perencanaan kota dan dikenal dengan istilah *creative tourism* atau *creative destination*.

Pengembangan pariwisata berbasis budaya dengan mengedepankan wisata kreatif banyak sekali berkembang di wilayah Surabaya dengan cara membuat *theme park* bagi kampung-kampung yang ada di Surabaya. Salah satu kampung tersebut adalah Kampung Parikan Surabaya yang memiliki daya tarik berupa Parikan atau pantun dengan menggunakan bahasa atau aksan suroboyo yang menghiasi setiap sudut kampung Bosem, Kelurahan Moro Krembangan, Kecamatan Krembangan, Kota Surabaya.

Atas dasar inisiatif Erwin Poedjiono, tim kreatif sekaligus kreator Kampung Parikan Surabaya, kampung ini resmi ditetapkan oleh Walikota Surabaya yang diwakili oleh Kepala Dinas Pariwisata Kota Surabaya sebagai Kampung Wisata Parikan.

Kampung Parikan Surabaya ditetapkan sebagai salah satu tempat wisata budaya, dalam perkembangannya Kampung Parikan Surabaya memiliki tiga kedudukan penting, yaitu pertama merupakan salah satu strategi untuk menjaga keberlanjutan nilai-nilai budaya yang ada pada kampung. Kedua, merupakan media dalam mengenalkan sejarah Kota Surabaya dan budaya lokal setempat kepada masyarakat luas. Ketiga, aktivitas pariwisata dapat menggerakkan perekonomian kreatif yang secara langsung berpotensi untuk memberi nilai tambah bagi pendapatan warganya. Kawasan Kampung Parikan merupakan kawasan yang terletak dipusat kota hal ini membuat Kampung Parikan memiliki nilai ekonomi tinggi dan juga strategis, dimana dekat dengan pusat perbelanjaan Pusat Grosir Surabaya dan Dupak Grosir. Hal tersebut mengindikasikan adanya keuntungan dan tantangan yang dihadapi Kampung Parikan. Tantangan yang dihadapi menekankan pada ancaman terhadap eksistensi kampung di tengah kawasan dengan nilai ekonomi tinggi, yaitu meningkatnya harga

lahan di pusat kota yang memberikan stimulus tersendiri bagi masyarakat kampung untuk menjual lahannya pada investor karena besarnya keuntungan yang dapat diperoleh. Sedangkan keuntungan dari lokasi kampung pada pusat kota adalah kemudahan akses menuju kampung dengan adanya kondisi infrastruktur yang baik.

Menurut Hermantoro (2011), pariwisata kreatif merupakan bentuk dari konsep pariwisata yang bertanggung jawab terhadap keberadaan komunitas lokal. Pariwisata kreatif dipahami sebagai pariwisata yang bertujuan untuk pengembangan diri, tidak bersifat masal, mengakomodasikan keberadaan usaha menengah dan kecil, memberikan ruang interaksi pada komunitas dan memberikan penghargaan pada lingkungan. Sehingga wisatawan atau pengunjung datang ke suatu kampung bisa belajar tentang arsitektur bangunan dan kawasan. Wisatawan menikmati suasana kampung yang unik dan spesifik serta bisa melihat atraksi seni budaya lokal. Saat ini Kampung Parikan masih memerlukan pendampingan dan strategi untuk merealisasikan elemen-elemen di dalam pariwisata kreatif. Sebagai destinasi wisata budaya yang tergolong baru, pengembangan melalui pendekatan pariwisata budaya yang berkelanjutan masih diperlukan agar eksistensi kampung ditengah perkembangan kota yang semakin modern dapat terus dipertahankan.

## METODOLOGI

Lokasi penelitian ini yaitu Kawasan Kampung Bosem, Kelurahan Moro Krembangan, Kecamatan Krembangan, Kota Surabaya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Subyek penelitian ini yaitu pemerintah, masyarakat, dan wisatawan. Teknik pengumpulan data digunakan yaitu observasi, wawancara (*in depth interview*), dan kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif dan analisis SWOT. Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

<b>Indikator</b>	<b>Variabel</b>
Daya tarik pariwisata	Nilai-nilai budaya yang berwujud fisik Living culture (nilai budaya berwujud non-fisik)
Fasilitas pendukung kegiatan pariwisata	Fasilitas perdagangan Pusat informasi Sinage Restoran/rumah makan
Karakteristik masyarakat Kampung Parikan	Mata pencaharian masyarakat Lama tinggal masyarakat pada kampung Kelompok masyarakat yang terlibat dalam kegiatan pariwisata pada kampung
Karakteristik penggunaan lahan pada kawasan Kampung Parikan	Jenis penggunaan lahan pada kampung Persebaran bangunan bersejarah/bangunan cagar budaya
Persepsi masyarakat terhadap pariwisata budaya Perekonomian lokal masyarakat	Sikap masyarakat terhadap pariwisata Pengetahuan masyarakat terhadap pelestarian aset budaya pada kampung Ketersediaan modal untuk pengembangan ekonomi lokal oleh masyarakat
Perlindungan dan pelestarian budaya pada kampung	Peraturan dan program pemerintah terkait pelestarian dan perlindungan terhadap budaya pada kampung budaya oleh masyarakat
Kepuasan wisatawan	Persepsi terhadap daya tarik pariwisata Kualitas pelayanan

Sumber: Larasati & Rahmawati, 2017

## LANDASAN TEORI

### Pengembangan

Strategi Pengembangan ialah perencana strategi menentukan tujuan dan mengambil keputusan (Hamid,2010). Strategi Pengembangan merupakan sekelompok keputusan dan tindakan yang menentukan kinerja jangka panjang organisasi. Oleh karenanya, implementasi strategi bertumpu pada alokasi dan pengorganisasian sumber daya manusia (SDM) yang diwujudkan melalui penentuan struktur organisasi, yang berjalan beserta budaya. Adapun proses strategi pengembangan dapat dipelajari dan diterapkan dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal. Dalam menjalankan aktifitas usahanya, perusahaan akan selalu berhubungan langsung dengan lingkungannya. Lingkungan perusahaan yang dihadapi mencakup lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dapat menjadi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman.

### Kampung Wisata

Kampung Wisata adalah salah satu ungkapan kehidupan manusia yang menyuguhkan tujuan wisata perkampungan. Dalam perwujudannya, kampung wisata hendaknya dapat memenuhi tuntutan-tuntutan yang ada baik yang menyangkut fasilitas wisata, sirkulasi, dan pengolahan ruang luar yang memiliki banyak keanekaragaman.

Menurut Supriharjo dan rahmawati (2016), kampung wisata memiliki karakter umum yang meliputi adanya aksesibilitas menuju kampung yang baik, memiliki kekhasan fisik dan non-fisik, dan ada hasil tertentu dari penduduk yang dapat dijual sebagai cenderamata atau buah tangan. Terdapat beberapa karakteristik dari sebuah kampung wisata diantaranya adalah kebijakan dan perencanaan kawasan yang mendukung kampung sebagai suatu destinasi wisata, karakteristik sosial dan budaya masyarakat setempat, kedekatan kampung wisata dengan objek-objek wisata lainnya, kondisi fasilitas

dan infrastruktur yang berpengaruh terhadap kegiatan pariwisata pada kampung, dan kondisi penggunaan lahan pada kampung.

### **Pariwisata Kreatif (*Creative Tourism*)**

*Creative tourism* identik dikaitkan dengan wisata budaya. Raymond dan Richards mengidentifikasi pertumbuhan *creative tourism* sebagai perluasan dari pariwisata kebudayaan. Konsep kreatifitas merupakan suatu hal yang menarik dalam pariwisata. Konsep tersebut pertama kali diperkenalkan oleh Richards dan Raymond (2000) sebagai sebuah bentuk pariwisata yang menawarkan kesempatan untuk mengembangkan potensi kreatif melalui partisipasi aktif dalam pelatihan dan pengalaman belajar yang disesuaikan dengan karakteristik tempat liburan dimana mereka berada.

*Creative tourism* secara eksplisit menyediakan tujuan wisata dengan kesempatan untuk terlibat dengan budaya lokal mereka dalam rangka untuk menawarkan pengalaman yang unik.

Catriona Campbell mendefinisikan *creative tourism* sebagai kegiatan wisata yang menawarkan pengunjung suatu pengajaran kreatif (termasuk seni, kerajinan dan lokakarya masakan), dengan kesempatan untuk tinggal di akomodasi berkualitas tinggi, dan untuk berhubungan dengan orang lokal di tempat tujuan yang berbeda.

*Creative tourism* merupakan sebuah kegiatan pariwisata dimana para wisatawan dapat mengembangkan potensi kreatif mereka melalui partisipasi aktif di dalam pengalaman belajar seni, warisan atau karakter khusus dari tempat yang dikunjungi.

Menurut Hermantoro (2011) dampak tersebut antara lain: 1) Memberikan kesejahteraan jangka panjang pada masyarakat lokal melalui konsep pengembangan pariwisata berbasis komunitas 2) Menjamin kepuasan pengalaman wisatawan, paling tidak kepuasan wisatawan dapat melebihi ekspektasinya 3) Meningkatkan keuntungan bisnis bagi sektor swasta dan dapat menciptakan suatu iklim usaha yang kondusif 4) Mengoptimalkan dampak positif ekonomi, sosial, dan lingkungan agar terjadi keseimbangan pembangunan 5) Meningkatkan citra destinasi secara politis, karena citra destinasi bisa mendongkrak citra politis suatu negara 6) Meningkatkan kreativitas dan kesejahteraan masyarakat

setempat guna kesinambungan pembangunan. Dalam hal ini jenis kegiatan pariwisata berbasis kreativitas, yaitu “kegiatan pariwisata bersumber pada budaya dan ilmu pengetahuan lokal yang dikembangkan secara interaktif antara komunikasi kreatif lokal dengan wisatawan dan dapat menghasilkan produk baru dari interaktif yang dilakukan tersebut”

Pariwisata kreatif harus berbasis pada pembangunan wisata berkelanjutan, adapun ciri-ciri pariwisata berkelanjutan (Gunawan,2000) antara lain: a) Kesadaran tentang tanggung jawab terhadap lingkungan, yaitu menempatkan pariwisata sebagai green industry (industri ramah lingkungan) yang menjadi tanggung jawab pemerintah, industri pariwisata, masyarakat dan wisatawan. b) Peningkatan peran pemerintah daerah dalam pembangunan kepariwisataan. c) Industri pariwisata mampu menciptakan produk pariwisata yang bisa bersaing secara internasional, dan bisa mensejahterakan masyarakat di tempat tujuan wisata, d) Adanya kemitraan dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata. Pembangunan tersebut bertujuan meminimalisir perbedaan tingkat kesejahteraan wisatawan dan masyarakat di daerah tujuan wisata untuk menghindari konflik dan dominasi satu sama lain. e) Fokus pengembangan lebih diprioritaskan pada usaha skala kecil/mikro milik masyarakat lokal. Menurut Marjuka (2012) pariwisata kreatif bisa tumbuh di perkotaan. Pariwisata kreatif perkotaan yaitu: “Pariwisata yang berkembang di perkotaan dengan memanfaatkan segala aspek kehidupan perkotaan yang memberikan pengalaman otentik yang bersifat pembelajaran partisipatif, interaktif, dan informal kepada wisatawan sehingga mereka dapat mengembangkan potensi kreatifnya dalam mengonsumsi produk pariwisata dan kontak dengan masyarakat lokal sebagai penyedia kegiatan wisata”. Wisata kreatif Kampung Parikan Surabaya nantinya dikembangkan berbasis pada potensi lingkungan dan budaya lokal. Potensi wisata tersebut antara lain terdiri dari: bangunan rumah tinggal, lingkungan permukiman, dan kondisi sosial kemasyarakatannya. Potensi tersebut digali berdasar nilai masa lampau, masa kini serta masa yang akan datang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner diidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pariwisata kreatif pada Kampung Parikan, analisis dilakukan terhadap lingkungan internal dan eksternal untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan tantangan dari pariwisata kreatif pada Kampung Parikan.

Tabel IFAS dan EFAS disusun dengan memberikan bobot dan rating pada masing-masing faktor internal dan eksternal yang telah teridentifikasi pada proses perolehan data. Bobot diberikan pada masing-masing faktor dengan skala mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai dengan 1,0 (penting). Selanjutnya nilai rating juga diberikan pada masing-masing faktor. Pada faktor kekuatan dan peluang rating yang diberikan adalah 4 (sangat berpengaruh) hingga 1 (tidak berpengaruh), sedangkan pada faktor kelemahan dan tantangan rating yang diberikan adalah 1 (sangat berpengaruh) hingga 4 (tidak berpengaruh).

Hasil dari analisis IFAS dan EFAS diperoleh bahwa faktor kekuatan memiliki total skor sebesar 1.90, sedangkan faktor kelemahan memiliki total skor sebesar 0.76. Hasil analisis faktor eksternal diperoleh bahwa skor pada faktor peluang adalah sebesar 2.36, dan faktor tantangan yaitu 0.52. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dapat ditentukan koordinat diagram cartesius yang bertujuan untuk memperoleh strategi yang tepat dalam pengembangan pariwisata kreatif pada Kampung Parikan. Koordinat (x) memiliki nilai 1.20, sedangkan koordinat (y) berada pada nilai 1.90, dimana nilai tersebut menunjukkan posisi strategi utama yang merupakan *growth strategy*. Kampung Parikan dapat dikatakan berada pada situasi yang sangat menguntungkan. Faktor kekuatan yang dimiliki Kampung Parikan dapat memanfaatkan faktor peluang yang ada untuk menjadi keuntungan bagi pengembangan pariwisata kreatif.

Pada matriks S.W.O.T dapat digolongkan empat strategi utama yaitu, yang pertama adalah strategi optimalisasi pengelolaan pariwisata kreatif pada Kampung Parikan, dimana dalam strategi ini terdapat beberapa upaya yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan potensi pariwisata kreatif yang ada pada kampung Parikan. Upaya

tersebut diantaranya adalah menciptakan daya tarik yang berkesan bagi wisatawan dengan menciptakan atraksi yang lebih interaktif yang dapat memberikan pengalaman yang mengesankan bagi wisatawan, misal dengan pertunjukan perwayangan Punakawan. Pemerintah juga perlu menyusun rencana pengembangan pariwisata kampung yang potensial untuk dikembangkan yang melibatkan masyarakat dalam proses penyusunannya. Pengelolaan pariwisata pada kampung juga perlu dioptimalkan dengan memanfaatkan daya tarik pendukung yaitu dengan menyusun rute wisata sejarah, penyediaan ruang parkir bagi wisatawan yang berkunjung, dan penyediaan informasi secara efektif mengenai seluruh pagelaran ataupun atraksi pada kampung kreatif.

Strategi yang kedua adalah dengan mengoptimalkan potensi *home based enterprises* pada kampung untuk mendukung kegiatan pariwisata, upaya yang dapat dilakukan pada strategi ini adalah pengadaan pelatihan dan pendampingan secara berkala dan bantuan modal bagi penduduk dalam menciptakan produk lokal sehingga dapat mendukung pelaku usaha lokal. Ketiga adalah dengan pemanfaatan budaya *intangible* pada kampung parikan sebagai produk pariwisata kreatif, aset budaya *intangible* pada kampung seperti pewayangan punakawan dengan tokoh semar, gareng, bagong dan petruk, parikan, dan keguyuban warga merupakan daya tarik yang menarik dan unik pada Kampung Parikan dan memiliki potensi untuk dapat menjadi produk pariwisata. Sebagai suatu produk, aset budaya tersebut harus dapat dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung. Saat ini masyarakat hanya menampilkan pewayangan punakawan sebagai atraksi pada kampung hanya pada kunjungan wisatawan dalam jumlah besar. Sehingga perlu adanya suatu wadah atau ruang dimana budaya *intangible* pada kampung dapat dinikmati oleh wisatawan melalui *event* kebudayaan secara berkala.

Yang terakhir adalah adanya pengelolaan aset budaya *tangible* pada bangunan rumah pada kampung melalui peluang kerjasama. Hal ini merupakan salah satu tantangan yang dihadapi Kampung Parikan yaitu keterbatasan peran pemerintah dalam mengelola bangunan pada kampung, dalam hal ini merevitalisasi rumah di Kampung Parikan. Hal ini dikarenakan bangunan tersebut bukan

merupakan aset pemerintah, sehingga untuk melakukan perawatan dan perbaikan pada rumah kampung tersebut masyarakat memerlukan sumber dana yang diperoleh secara mandiri melalui pemasukan dari aktivitas pariwisata dan peluang kerjasama dari pihak swasta, salah satu kerjasama yang pernah dilakukan oleh Perusahaan cat ternama yaitu, Avian Paints.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis faktor internal dan faktor eksternal, strategi pengembangan pariwisata kreatif pada Kampung Parikan adalah *growth strategy*. Strategi tersebut menunjukkan jika pariwisata kreatif pada kampung berada pada posisi yang menguntungkan karena memiliki faktor peluang dan kekuatan yang lebih dominan. Hasil penyusunan matriks SWOT dengan menyusun empat strategi utama pengembangan yang dapat diimplementasikan pada Kampung Parikan. Potensi kawasan khususnya Kampung Parikan seharusnya dikembangkan secara terorganisir dengan melibatkan kerjasama tidak hanya organisasi lokal tetapi juga melibatkan pihak lainnya antara lain perguruan tinggi, pemerintah, komunitas, serta media. Dalam pengembangannya, Kampung Parikan dikonsepsi berdasarkan pembangunan yang berbasis pariwisata kreatif dan pembangunan yang berkelanjutan, yaitu pembangunan yang bersifat ekonomis, berbasis budaya lokal serta ramah lingkungan. Sehingga diharapkan dari kawasan kreatif akhirnya akan membentuk kota kreatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- D. Supriharjo, D. R., & Rahmawati. (2016). "Factors Influencing Community- Based Heritage Sustainability in Kampung Kemasari, Gresik," *Procedia-Social Behav. Sci.*, 489- 502.
- Gunawan, Myra P., (2000). Agenda 21 Sektorial Agenda Pariwisata untuk Pengembangan Kualitas Hidup Secara Berkelanjutan, Kantor Menteri Lingkungan Hidup dan UNDP, Jakarta.
- Hamid, E.S. dan Sri Susilo Y. 2010. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 45-55.
- Hermantoro, Henky, 2011, *Creative-Based Tourism*, Aditri, Cinere Depok.
- Larasti, Ni Ketut Ratih & Rahmawati, Dian. (2017). *Strategi Pengembangan Pariwisata Budaya yang Berkelanjutan*

Pada Kampung Lawas Maspati, Surabaya. *Jurnal Teknik ITS* Vol. 6, No. 2, 529-533.

Richards, G. dan Raymond, C. 2000, *Creative Tourism, ATLAS news* (23), 16-20.

THE CREATIVE TOURISM MARKETING SPECIALIST.

<http://catrionacampbell.wordpress.com>