

## IDENTIFICATION AND DEVELOPMENT OF TOURISM POTENTIAL TO INCREASING THE NUMBER OF VISITORS IN KAMPOENG BATIK LAWEYAN SURAKARTA

**\*Puguh Andhi Setiawan<sup>1</sup>, Derinta Entas<sup>2</sup>, Yohanes Sulistyadi<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>UPN Veteran, Jawa Timur, Indonesia, Email: [puguhandhisetiawan@gmail.com](mailto:puguhandhisetiawan@gmail.com)

<sup>2,3</sup>Politeknik Sahid, Jakarta, Indonesia

(\*Correspondence author)

### ABSTRACT

#### Article History

**Submitted:**

21 October 2024

**Reviewed:**

08 September 2025

**Accepted:**

05 November 2025

**Published:**

15 November 2025

*Kampoeng Batik Laweyan is a tourist destination that began to develop again in 2004. The condition of an area is determined as a tourist destination that must have 4A components (attractions, accessibility, amenities, and ancillary). Kampoeng Batik Laweyan already has 4A components, but there are still shortcomings and problems. The purpose of this study was (1) to find out what tourism products (4A) contained in Kampoeng Batik Laweyan, (2) to determine the effect of the development of these tourism products on increasing the number of visitors in Kampoeng Batik Laweyan. This study uses the method of observation, interviews, questionnaires, and documentation. The research findings show that there is a development of tourist attractions including, man made resources such as educational tourism, puppet show, and pantomime. Accessibility to Kampoeng Batik Laweyan are good, the road conditions are good, and there are sign directions. Kampoeng Batik Laweyan also has amenities consisting of accommodation (hotel, homestay, restaurant), and other facilities such as prayer rooms, shelters, signposts, and trash bins. The Ancillary or Kampoeng Batik Laweyan institution is managed openly and democratically by Development Forum of Kampoeng Batik Laweyan/FPKBL. An increase in the number of visits and in educational tourism over the past 3 years, both domestic and foreign tourists. Based on the results of the questionnaire, 90% of visitors want to come back to Kampoeng Batik Laweyan (repeater), 100% of visitors will spread information about Kampoeng Batik Laweyan to friends, relatives, family, and others. With the development carried out by the manager, the number of visitors is increasing.*

**Keywords:** *Identification and Development; Tourism Potential; Increase Number of Visitors; Kampoeng Batik Laweyan Surakarta.*

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya. Tidak hanya sebagai sumber devisa negara, pariwisata juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja, memperluas usaha, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Perkembangan pariwisata modern menunjukkan bahwa wisatawan tidak hanya mencari hiburan semata, tetapi juga pengalaman bermakna melalui wisata budaya, sejarah, dan edukasi (Swarbrooke & Horner, 2007). Menurut Urry dan Larsen (2011), wisatawan kini dipengaruhi oleh “tourist gaze” atau cara pandang wisatawan yang menekankan keunikan budaya dan autentisitas suatu destinasi.

Dalam kajian destinasi pariwisata, daya tarik wisata dirumuskan dalam konsep 4A (Attractions, Accessibility, Amenities, dan Ancillary). Keempat unsur ini saling berkaitan dan menentukan kelayakan sebuah kawasan sebagai destinasi (Cooper, 1993; Buhalis, 2000). Attractions menjadi alasan utama kunjungan wisatawan; accessibility menjamin kemudahan untuk mencapai lokasi; amenities berupa fasilitas akomodasi, kuliner, dan sarana pendukung; sementara ancillary adalah dukungan kelembagaan dan pengelolaan. Jika satu unsur lemah, maka daya saing destinasi akan menurun. Oleh karena itu, identifikasi potensi wisata melalui analisis 4A menjadi langkah strategis dalam pengembangan destinasi.

Salah satu destinasi budaya yang potensial di Indonesia adalah Kampoeng Batik Laweyan di Surakarta. Laweyan memiliki sejarah panjang sebagai sentra batik sejak abad ke-16. Pada masa kejayaan, kawasan ini dikenal sebagai pusat industri batik dan dihuni oleh saudagar-saudagar batik yang berpengaruh secara ekonomi dan sosial (Suhartono, 2016). Namun, pasang surut industri batik membuat Laweyan mengalami masa kemunduran. Meskipun begitu, sejak berdirinya Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan (FPKBL) pada awal 2000-an, kawasan ini kembali bangkit dengan menjadikan warisan batik sebagai daya tarik wisata berbasis budaya dan sejarah.

Kampoeng Batik Laweyan memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan. Dari sisi attractions, terdapat rumah-rumah lawas bergaya Jawa dan Eropa, museum batik, serta aktivitas membatik yang bisa diikuti wisatawan. Dari sisi accessibility, Laweyan relatif mudah dijangkau karena terletak di jalur strategis Kota Surakarta. Dari sisi amenities, sudah tersedia beberapa homestay, galeri batik, dan fasilitas kuliner lokal. Sementara dari sisi ancillary, peran FPKBL serta dukungan pemerintah kota menjadi faktor penting dalam pengelolaan kawasan. Namun, meskipun memiliki potensi lengkap, jumlah pengunjung Laweyan masih belum optimal jika dibandingkan dengan potensi yang dimiliki.

Fenomena rendahnya minat wisatawan pada destinasi budaya dan edukasi sebenarnya tidak hanya terjadi di Laweyan. Data BPS (2020) menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan cenderung lebih banyak diarahkan pada destinasi hiburan, alam, dan belanja, sementara destinasi budaya relatif kurang diminati. Cohen (1974) menjelaskan hal ini dengan klasifikasi wisatawan: hanya sebagian kecil wisatawan yang mencari pengalaman mendalam (experiential dan existential tourists), sementara sebagian besar lebih menyukai pengalaman rekreatif. Hal inilah yang menyebabkan wisata budaya seperti Laweyan sering kali kalah bersaing dengan destinasi populer lain.

Sejumlah penelitian terdahulu menyoroti potensi Laweyan sebagai kawasan wisata batik. Misalnya, Suhartono (2016) menekankan nilai sejarah Laweyan dalam perkembangan industri batik, sementara penelitian lain lebih banyak membahas aspek sosial-budaya dan pelestarian warisan. Akan tetapi, penelitian yang secara khusus menganalisis identifikasi potensi wisata berbasis 4A untuk meningkatkan jumlah kunjungan masih terbatas. Padahal, pemetaan potensi melalui kerangka 4A sangat penting untuk menyusun strategi pengembangan yang lebih terarah, baik dari segi atraksi, fasilitas, aksesibilitas, maupun dukungan kelembagaan.

Selain itu, gap penelitian juga terlihat pada aspek pemasaran dan strategi peningkatan daya tarik. Sebagian besar studi tentang Laweyan berfokus pada keberlanjutan industri batik dan peran komunitas, namun belum banyak yang mengkaji secara mendalam bagaimana potensi wisata yang ada dapat dikembangkan menjadi strategi konkret untuk menarik wisatawan. Dengan semakin ketatnya persaingan antar-destinasi, Laweyan perlu memiliki diferensiasi yang kuat agar mampu bersaing dengan sentra batik lain seperti Kauman di Yogyakarta atau Trusmi di Cirebon.

Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk menjawab pertanyaan: bagaimana identifikasi potensi wisata Laweyan berdasarkan konsep 4A, dan strategi apa yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan jumlah pengunjung? Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelola Kampoeng Batik Laweyan dalam mengembangkan produk wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan, sekaligus memberikan kontribusi teoretis pada kajian pengembangan destinasi budaya.

## METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Kampoeng Batik Laweyan yang beralamat di Jalan Dr. Rajiman No. 521, Laweyan, Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah. Waktu penelitian berlangsung selama 90 hari efektif, dimulai pada bulan Mei hingga Juli 2019.

Tahap pertama adalah menentukan populasi dan sampel penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi tersedia (*accessible population*), yaitu pengelola Kampoeng Batik Laweyan yang berjumlah 21 orang dan para pengunjung yang jumlahnya tidak dapat ditentukan. Dari populasi tersebut ditetapkan sampel penelitian, yaitu tiga orang pengelola yang dipilih secara khusus dan 30 orang pengunjung yang dianggap dapat mewakili populasi. Pemilihan pengelola dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai tujuan penelitian. Sementara itu, pemilihan pengunjung dilakukan dengan *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang ditemui peneliti di lokasi penelitian.

Tahap kedua adalah pengumpulan data. Data diperoleh melalui empat teknik, yaitu studi pustaka, wawancara, kuesioner, dan observasi. Studi pustaka dilakukan dengan menelaah bahan bacaan yang relevan baik dari publikasi resmi maupun koleksi pribadi (Prastowo, 2012). Wawancara dilakukan secara lisan kepada

responden dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya (Moleong, 2010). Kuesioner diberikan kepada pengunjung dalam bentuk pertanyaan tertulis untuk mengetahui tanggapan mereka (Sugiyono, 2010). Observasi dilakukan langsung di lapangan untuk mengamati aktivitas wisata dan fasilitas yang tersedia, sebagaimana dikemukakan Nasution (2003), observasi dapat menjadi alat ilmiah untuk menguji hipotesis bahkan memunculkan konsep baru.

Tahap ketiga adalah identifikasi sumber data. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi di lapangan, wawancara dengan pengelola Kampoeng Batik Laweyan, serta rekapitulasi kuesioner dari pengunjung. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi pengelola mengenai jumlah kunjungan wisatawan, catatan perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, serta berbagai sumber dari internet dan studi literatur.

Tahap keempat adalah analisis data. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (Sugiyono, 2009) yang meliputi tiga langkah, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti merangkum dan memfokuskan data pada hal-hal pokok sehingga dapat ditemukan tema atau pola. Tahap penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, tabel, atau bagan yang mempermudah pemahaman terhadap informasi yang diperoleh. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi, yang merupakan jawaban terhadap rumusan masalah penelitian. Kesimpulan ini disajikan dalam bentuk pernyataan singkat yang mudah dipahami, dengan tetap mempertimbangkan sifat penelitian kualitatif yang memungkinkan rumusan masalah berkembang selama proses penelitian berlangsung.

Dengan tahapan-tahapan tersebut, metode penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan data yang valid dan komprehensif untuk mengidentifikasi potensi wisata serta merumuskan strategi pengembangan Kampoeng Batik Laweyan Surakarta.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum

Kampoeng Batik Laweyan merupakan salah satu sentra batik tertua dan bersejarah di Kota Surakarta. Kawasan ini sudah ada sejak sebelum berdirinya Kerajaan Pajang dan semakin berkembang ketika Kyai Ageng Henis bermukim di Laweyan pada abad ke-16. Dari sinilah kemudian muncul tokoh-tokoh penting, termasuk Panembahan Senopati, raja pertama Dinasti Mataram Islam. Sejak dahulu Laweyan dikenal sebagai pusat perdagangan kain lawe (bahan baku tenun), dengan pasar dan bandar yang ramai serta menjadi pusat perekonomian kawasan Pajang.

Kini, Kampoeng Batik Laweyan menempati area seluas  $\pm 24$  hektar dengan ribuan penduduk yang sebagian besar berprofesi sebagai pengrajin dan pedagang batik. Kawasan ini dirancang sebagai destinasi wisata terpadu yang menonjolkan atraksi budaya, sejarah, dan edukasi. Atraksinya meliputi industri batik, batik Al-

Qur'an, batik sulam, pewarnaan alami, pertunjukan wayang lugu, hingga kuliner khas. Selain itu, tradisi lokal seperti pengajian, Kampung Ramadhan, dan Selawenan masih dilestarikan, mencerminkan kehidupan sosial masyarakat Laweyan yang unik.

Akses menuju Laweyan relatif mudah karena lokasinya strategis dekat Stasiun Purwosari dan dapat dicapai dengan berbagai moda transportasi. Namun, keterbatasan lahan parkir untuk bus pariwisata masih menjadi kendala. Dari sisi amenities, tersedia hotel, homestay, rumah makan, pusat informasi, mushola, toilet, hingga papan interpretasi. Meski demikian, beberapa fasilitas seperti toilet umum dan informasi homestay masih perlu ditingkatkan.

Dalam hal kelembagaan, Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan (FPKBL) yang berdiri sejak 2004 berperan penting sebagai pengelola destinasi. FPKBL menjadi wadah koordinasi antara masyarakat, pengusaha batik, dan pemerintah. Organisasi ini telah membantu menghidupkan kembali industri batik Laweyan melalui pelatihan, promosi, serta pameran, sekaligus mengembangkan paket wisata edukasi yang kini menjadi daya tarik utama.

Meskipun demikian, masih ada sejumlah permasalahan yang dihadapi, seperti praktik persaingan tidak sehat akibat keberadaan pemandu wisata ilegal, kurangnya pelatihan sumber daya manusia, serta lemahnya promosi destinasi. Oleh karena itu, penguatan pengelolaan kelembagaan, inovasi atraksi, dan promosi yang lebih masif diperlukan agar Laweyan semakin dikenal sebagai destinasi wisata budaya dan edukasi unggulan di Surakarta.

### **Analisis Karakteristik Pengunjung**

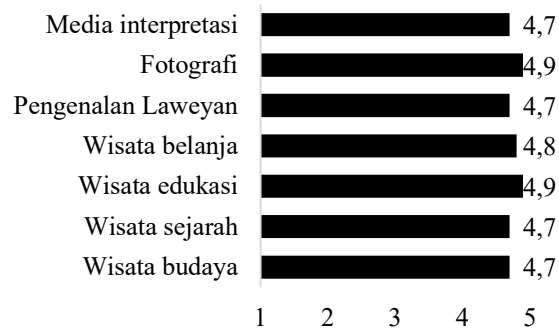
Karakteristik pengunjung dominan yang datang ke Kampoeng Batik Laweyan adalah perempuan (63%), dengan status pernikahan *single* (77%), dan rentang usia 15-25 tahun (67%). Kebanyakan pengunjung berasal dari Solo dan Jabodetabek (masing-masing 33%). Pendidikan terakhir sebagian besar pengunjung yaitu, SMA/SMK (57%) dan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa (67%). Pendapatan rata-rata pengunjung Rp 0- Rp 1.000.000,- (67%).

Preferensi pengunjung dominan yaitu, bentuk kunjungan rombongan (67%), asal informasi dari media elektronik (43%). Rata-rata waktu yang dihabiskan pengunjung saat berkunjung ke Kampoeng Batik Laweyan sekitar 3-5 jam (80%), frekuensi kunjungan pertama kali (83%) dan pada pagi hari (67%). Sebagian besar pengunjung datang pada hari biasa (57%) dengan sarana transportasi bus (67%). Waktu tempuh yang digunakan pengunjung untuk menjangkau lokasi yaitu, sekitar 30 menit - kurang dari 1 jam (43%). Biaya yang dikeluarkan selama berkunjung cukup/tidak terlalu mahal (43%).

### **Analisis Persepsi Pengunjung**

#### **Persepsi Pengunjung terhadap Pengembangan Potensi Wisata**

Persepsi pengunjung yang dinilai adalah persepsi mengenai pengembangan potensi wisata, persepsi terhadap aksesibilitas, persepsi terhadap kondisi fisik fasilitas, persepsi terhadap kepuasan penggunaan fasilitas, serta persepsi terhadap minat aktivitas wisata di Kampoeng Batik Laweyan. Data mengenai persepsi pengunjung terhadap pengembangan potensi wisata Kampoeng Batik Laweyan dapat dilihat pada grafik berikut.

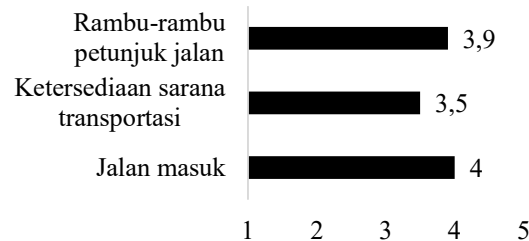


Persepsi pengunjung terhadap pengembangan potensi wisata semuanya memiliki nilai lebih dari empat (setuju) dengan rata-rata paling tinggi (4.9 atau ssetuju) yaitu, kegiatan wisata edukasi dan fotografi. Kegiatan fotografi memiliki rata-rata paling tinggi karena banyak pengunjung yang datang untuk mendokumentasikan perjalanan ataupun momen-momen aktivitas wisata di Kampoeng Batik Laweyan. Kegiatan fotografi mudah dilakukan, tidak mahal, dan membuat perjalanan wisata menjadi lebih menyenangkan.

Kegiatan wisata edukasi juga mendapatkan rata-rata tertinggi (4.9 atau setuju). Hal ini disebabkan oleh kegiatan wisata edukasi, karena dapat memberikan pengalaman yang berbeda. Pengalaman yang didapatkan pengunjung diantaranya, dapat mengetahui teknik dan motif batik, belajar membatik, belajar tentang sejarah dan kebudayaan Kampoeng Batik Laweyan, serta belajar tentang IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah). Pengalaman yang berbeda tersebut akan menimbulkan kepuasan bagi pengunjung (*generates tourist satisfaction*), sehingga secara tidak langsung minat pengunjung akan meningkat dan tidak menutup kemungkinan untuk berkunjung kembali.

#### Persepsi Pengunjung terhadap Aksesibilitas

Persepsi pengunjung terhadap aksesibilitas yang memiliki rata-rata tertinggi adalah jalan masuk dengan nilai 4 atau mendukung. Grafik persepsi terhadap aksesibilitas dapat dilihat pada gambar berikut.

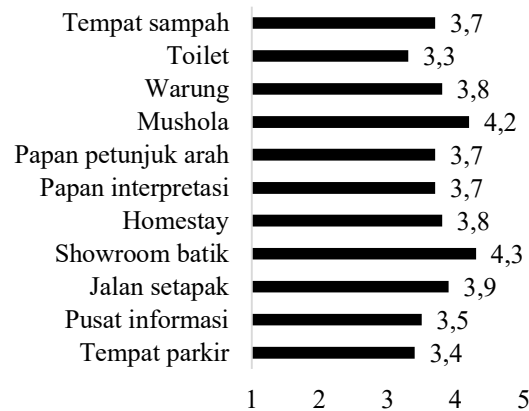


Jalan masuk menuju Kampoeng Batik Laweyan ditandai dengan gapura atau pintu masuk yang bertuliskan “Kampoeng Batik Laweyan”. Gapura atau pintu masuk tersebut berada di sisi jalan raya, sehingga mudah untuk ditemukan. Terdapat empat gapura untuk masuk ke Kampoeng Batik Laweyan.



### Persepsi Pengunjung terhadap Kondisi Fisik Fasilitas

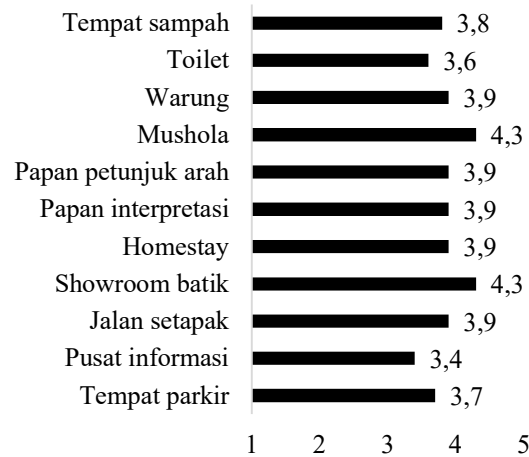
Persepsi pengunjung terhadap kondisi fisik fasilitas yang memiliki rata-ran tertinggi yaitu, *showroom*/galeri batik (4.3 atau baik) dan mushola (4.2 atau baik). Data tersebut dapat dilihat pada grafik berikut.



Galeri batik memiliki rata-ran tertinggi karena sebagian besar kondisi fisiknya baik dan beberapa galeri batik menyediakan *shelter* untuk pengunjung dan wisatawan. Setiap galeri batik atau masing-masing UMKM menyediakan fasilitas ibadah (mushola) untuk pengunjung. Kondisi fisik mushola yang tersedia sebagian besar dalam kondisi baik dan bersih, sehingga membuat pengunjung nyaman untuk beribadah.

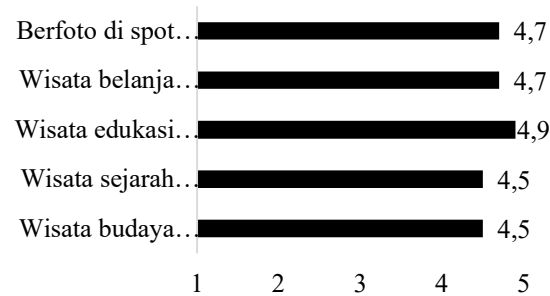
### Persepsi Pengunjung terhadap Kepuasan Fasilitas

Persepsi pengunjung terhadap kepuasan fasilitas dengan rata-ran tertinggi yaitu, mushola dan *showroom* batik dengan nilai yang sama 4.3 atau puas. Pengunjung merasa puas beribadah di mushola yang ada di Kampoeng Batik Laweyan karena kondisi fisik yang baik, nyaman, dan bersih. Pengunjung juga merasa puas berkunjung ke *showroom* batik karena banyaknya variasi batik, arsitektur bangunan yang unik, fasilitas pendingin ruangan (*air conditioner*) di beberapa *showroom* batik berskala besar, terdapat *shelter* (tempat duduk) dan *display* masyarakat Laweyan yang sedang membatik di beberapa *showroom* batik seperti Batik Merak Manis, serta harga batik yang bervariasi dan dapat disesuaikan dengan daya beli pengunjung.

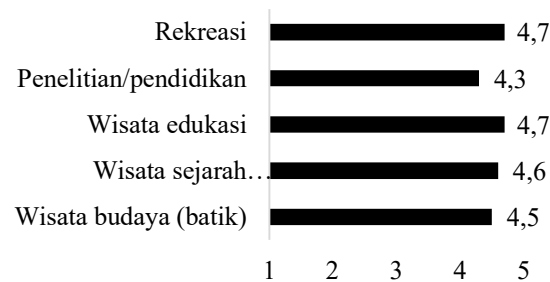


#### Persepsi Pengunjung terhadap Minat Aktivitas Wisata

Persepsi pengunjung terhadap minat aktivitas wisata semuanya memiliki nilai yang tinggi (>4 atau berminat). Minat aktivitas wisata tertinggi yaitu, wisata edukasi (4,9 atau berminat). Beberapa tahun terakhir minat dan antusias pengunjung terhadap wisata edukasi cukup tinggi. Berikut grafik tentang minat aktivitas wisata.



Motivasi adalah suatu dorongan atau keinginan pengunjung untuk datang ke suatu destinasi wisata. Motivasi wisata seseorang dipengaruhi oleh karakteristik yang berbeda-beda. Data mengenai motivasi pengunjung telah disajikan pada grafik berikut.



Motivasi pengunjung semuanya mendapatkan nilai tinggi (>4 atau setuju). Motivasi dominan yaitu rekreasi dan wisata edukasi (4,7 atau setuju). Rata-rata pengunjung datang ke Kampoeng Batik Laweyan untuk berekreasi dan sebagian besar lainnya untuk wisata edukasi. Rekreasi yang dilakukan pengunjung biasanya



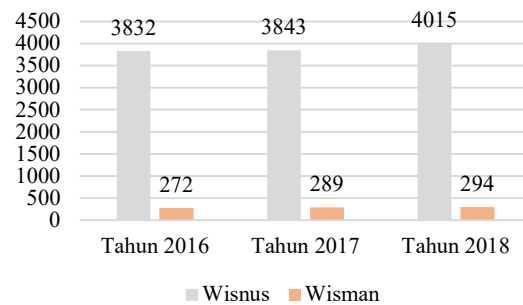
hanya jalan-jalan, melihat batik, dan berfoto di bangunan kuno. Kegiatan rekreasi cenderung lebih fleksibel dibandingkan wisata edukasi, sehingga sangat sesuai dengan tipe pengunjung dan wisatawan yang *recreational*. Pengunjung dengan tipe ini melakukan perjalanan wisata sebagai usaha menghibur diri dan memulihkan kembali semangat (fisik dan mentalnya). Pengunjung dengan tipe ini mencari tempat yang menyenangkan untuk dikunjungi. Sementara, wisata edukasi sangat cocok dengan tipe pengunjung *experiential*. Pengunjung dengan tipe ini akan mencari makna pada kehidupan masyarakat lokal, menikmati keaslian kehidupan lokal, dan belajar tentang tata cara kehidupan masyarakat tradisional, termasuk belajar membatik melalui wisata edukasi.

Sebagian besar pengunjung ingin berkunjung kembali ke Kampoeng Batik Laweyan dengan persentase 90%. Alasan pengunjung ingin berkunjung kembali adalah untuk belajar tentang batik (wisata edukasi), belanja batik dan wisata sejarah. Hanya sebagian kecil pengunjung yang tidak ingin berkunjung kembali ke Kampoeng Batik Laweyan. Hal ini disebabkan oleh ketidakpuasan pengunjung terhadap fasilitas yang tersedia seperti, kurangnya toilet umum, tempat parkir, dan papan interpretasi. Selain itu, ada pula pengunjung yang mengeluhkan sarana transportasi untuk berkeliling kampung sulit dijumpai.

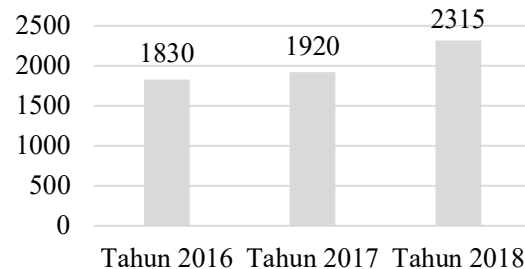
Pengunjung yang sudah pernah datang ke Kampoeng Batik Laweyan 100% memilih “iya” untuk menyampaikan informasi tentang pengalaman kunjungannya kepada teman, kerabat, keluarga, maupun orang lain. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan minat pengunjung atau ketertarikan pengunjung terhadap Laweyan. Adanya pengembangan potensi wisata Kampoeng Batik Laweyan meningkatkan minat pengunjung. Persentase minat pengunjung yang meningkat yaitu 83% dan yang tidak meningkat/stagnan hanya 17%. Alasan meningkatnya minat pengunjung karena banyaknya inovasi daya tarik wisata yang dikembangkan di Kampoeng Batik Laweyan, sehingga pengunjung tidak bosan dan bisa datang lagi di kemudian hari dengan kegiatan wisata yang berbeda. Sedangkan, alasan tidak meningkatnya minat pengunjung disebabkan oleh pengunjung kurang puas dengan fasilitas/amenitas yang tersedia dan tidak adanya pusat informasi khusus saat berkunjung. Hal ini membuat pengunjung merasa hanya mendapatkan pengalaman yang biasa saja saat berkunjung, sehingga minat kunjungannya pun tetap (biasa saja/tidak meningkat).

### **Pengaruh Pengembangan Produk Wisata terhadap Minat Pengunjung**

Pengaruh pengembangan produk wisata terhadap minat pengunjung berbanding lurus. Dengan adanya pengembangan produk wisata, maka terjadi peningkatan jumlah kunjungan selama tiga tahun terakhir. Pengunjung yang datang sebagian besar membeli paket wisata edukasi. Data kunjungan tersebut dapat dilihat pada grafik di bawah ini.



Jumlah kunjungan wisatawan nusantara pada tahun 2016 yaitu, 3832 orang. Selanjutnya meningkat pada tahun 2017 dan 2018 dengan jumlah masing-masing 3843 orang dan 4015 orang. Peningkatan kunjungan wisatawan pada tahun 2016 tidak begitu signifikan, hanya 11 orang (0.3%). Hal ini disebabkan, informasi tentang paket wisata edukasi belum banyak diketahui pengunjung dan wisatawan, sehingga saat datang pengunjung hanya melihat-lihat produk batik saja atau berbelanja. Sedangkan, pada tahun 2018 peningkatan terjadi cukup pesat, yakni bertambah 172 orang (4.5%). Kunjungan wisatawan mancanegara juga mengalami kenaikan 6.25% pada tahun 2016-2017, dan pada tahun berikutnya naik sekitar 1.73%. Peningkatan jumlah kunjungan tersebut merupakan indikator bahwa semakin tahun minat pengunjung semakin meningkat dengan adanya inovasi produk wisata yang terus dikembangkan. Data mengenai kunjungan wisata edukasi dapat dilihat pada grafik di bawah ini.



Berdasarkan grafik di atas terlihat bahwa tingkat kunjungan wisata edukasi setiap tahun mengalami peningkatan. Pada tahun 2016, pengunjung yang datang untuk wisata edukasi berjumlah 1830 orang, tahun 2017 berjumlah 1920 orang, dan tahun 2018 berjumlah 2315 orang. Dari tahun 2016 ke 2017 terjadi kenaikan 5%, sedangkan pada tahun 2018 naik sekitar 20.5%. Antusias pengunjung terhadap wisata edukasi sangat besar. Hal ini disebabkan oleh pengalaman yang berbeda yang didapatkan saat berkunjung. Pengunjung yang datang tidak hanya sekedar berekreasi, namun juga edukasi. Edukasi tersebut tidak hanya kegiatan belajar membuat batik saja, namun pengunjung juga dapat belajar banyak hal, seperti sejarah Kampoeng Batik Laweyan, tokoh-tokoh pendiri Laweyan, wisata budaya kearifan lokal masyarakat, dan wisata kuliner khas Laweyan. Kegiatan wisata edukasi juga diwujudkan dalam bentuk inovasi pertunjukan wayang lugu, pantomim membatik, serta batik Al-Quran.

### Hasil Analisis SWOT

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, Kampoeng Batik Laweyan memiliki kekuatan yaitu, atraksi wisata yang bervariasi (budaya, sejarah, edukasi,

belanja, religi) aksesibilitas yang mudah dicapai, adanya amenities dan fasilitas pendukung kegiatan wisata, serta adanya pengelola (FPKBL) sebagai fasilitator. Kelemahan Kampoeng Batik Laweyan diantaranya, kurangnya promosi sehingga penyebaran informasi tentang atraksi wisata selain batik tidak diketahui oleh pengunjung, tidak ada tempat parkir untuk bus wisata, sarana transportasi becak dan sepeda ontel terbatas, tidak ada peta wisata di dekat gerbang masuk, kurangnya informasi tentang *homestay*, serta belum ada pelatihan (*training*) terkait peningkatan SDM kepada masyarakat. Peluang Kampoeng Batik Laweyan yaitu, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan melalui pengembangan wisata yang bekerjasama dengan pemerintah maupun swasta. Sedangkan kelemahannya, masih ada oknum yang tidak bertanggung jawab seperti pemandu ilegal.

## SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk wisata di Kampoeng Batik Laweyan telah memenuhi komponen 4A (attraction, accessibility, amenities, dan ancillary) sebagai syarat utama sebuah destinasi wisata. Dari sisi atraksi, Laweyan memiliki kekayaan berupa industri batik, batik Al-Quran, batik sulam, batik kontemporer, pewarnaan alami, hingga pertunjukan budaya seperti wayang lugu dan pantomim membatik. Atraksi tersebut dilengkapi dengan bangunan bersejarah, masjid cagar budaya, makam tokoh, serta berbagai kegiatan sosial-budaya masyarakat seperti tradisi pengajian, Kampung Ramadhan, dan Selawenan. Dari sisi aksesibilitas, kondisi jalan menuju Laweyan cukup baik, mudah dijangkau menggunakan transportasi umum maupun pribadi, serta dilengkapi dengan papan petunjuk arah. Dari sisi amenities, tersedia homestay, rumah makan, pusat informasi, jalan setapak, mushola, masjid, toilet, hingga tempat parkir dan tempat sampah. Sementara itu, dari sisi ancillary, keberadaan Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan (FPKBL) menjadi lembaga yang memfasilitasi kerjasama antar-stakeholder dalam pengelolaan destinasi.

Identifikasi potensi wisata berdasarkan 4A menunjukkan bahwa pengembangan yang dilakukan berdampak positif terhadap peningkatan jumlah kunjungan. Dalam tiga tahun terakhir, jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara terus meningkat, demikian pula kunjungan wisata edukasi yang mengalami pertumbuhan signifikan. Hal ini membuktikan bahwa upaya pengembangan potensi wisata oleh FPKBL berkontribusi nyata dalam menarik minat wisatawan sekaligus memperkuat posisi Laweyan sebagai destinasi wisata budaya.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran dapat diajukan. Bagi pengelola Kampoeng Batik Laweyan, perlu adanya program pembinaan dan sertifikasi pemandu wisata agar tidak terjadi praktik pemandu ilegal. Kebijakan yang melarang pemberian komisi kepada pemandu tidak resmi juga penting untuk menjaga persaingan yang sehat di antara industri batik. Pengelola bersama masyarakat diharapkan turut memelihara fasilitas aksesibilitas, amenities, serta bangunan cagar budaya agar keberlanjutannya terjaga. Selain itu, inovasi atraksi perlu diperbanyak di setiap industri batik, disertai peningkatan kompetensi manajerial baik bagi pengurus FPKBL maupun masyarakat pelaku pariwisata. Strategi lain yang perlu dilakukan adalah penentuan jalur masuk wisatawan yang

lebih menarik, penyusunan jadwal event secara rutin, serta peningkatan promosi melalui kerja sama dengan pemerintah dan media. Edukasi masyarakat dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan wisatawan juga menjadi hal penting untuk menjaga citra destinasi.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas kajian dengan menggunakan lebih banyak referensi terkait pengembangan potensi wisata serta minat pengunjung, mempersiapkan teknik pengumpulan data yang lebih matang, dan melibatkan narasumber yang kompeten. Penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi topik lain yang relevan, seperti kesiapan masyarakat dalam menyambut wisatawan, program interpretasi, strategi promosi, serta pengembangan sarana prasarana.

## REFERENSI

- Arief Yahya. (2015). *Strategi Pariwisata Indonesia 2020*. Kementerian Pariwisata Indonesia.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2020). *Statistik Pariwisata Indonesia*.
- Cohen, E. (1974). Who is a tourist? A conceptual clarification. *Sociological Review*, 22(4), 527–555.
- FPKBL. (2002). *Laporan Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan*. Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. (2009). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies (11th ed.)*. John Wiley & Sons.
- Jafari, J. (2003). *Encyclopedia of Tourism*. Routledge.
- McKercher, B., & Prideaux, B. (2011). Are tourism impacts low on personal environmental agendas? *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 325–345.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist Behaviour: Themes and Conceptual Schemes*. Channel View Publications.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Andi Publisher.
- Prastowo, A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Ar-Ruzz Media.
- Smith, M., & Puczkó, L. (2014). *Health, Tourism and Hospitality: Spas, Wellness and Medical Travel*. Routledge.
- Suhartono, R. (2016). Revitalisasi industri batik di Laweyan. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata Indonesia*, 4(1), 75–92.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism (2nd ed.)*. Routledge.

Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The Tourist Gaze 3.0*. Sage Publications.

Wahab, S. (1975). *Tourism Management*. Tourism International Press.

### BIOGRAFI PENULIS

**Puguh Andhi Setiawan**, adalah dosen di Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Minat penelitiannya meliputi pariwisata berkelanjutan, ekowisata, serta perencanaan destinasi berbasis komunitas. Ia aktif menulis artikel ilmiah, melakukan penelitian terapan, dan terlibat dalam pengabdian masyarakat. (Email: [puguhandhisetiawan@gmail.com](mailto:puguhandhisetiawan@gmail.com)).

**Derinta Entas**, merupakan dosen di Politeknik Sahid Jakarta. Bidang keahliannya mencakup manajemen pariwisata, pemasaran destinasi, serta pengembangan wisata berbasis masyarakat. Ia berpengalaman dalam penelitian terapan pariwisata, publikasi ilmiah, serta pembimbingan mahasiswa dalam kegiatan akademik maupun praktik industri pariwisata.

**Yohanes Sulistyadi**, adalah dosen di Politeknik Sahid Jakarta dengan fokus pada manajemen destinasi wisata, ekowisata, dan hospitality. Ia aktif dalam penelitian, publikasi ilmiah, serta pengabdian masyarakat di bidang pariwisata berkelanjutan. Selain itu, ia sering menjadi narasumber seminar dan pelatihan pengembangan pariwisata daerah.