

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan mendefinisikan segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan objek dan daya tarik serta usaha-usaha yang terkait dibidang ini. Pengertian lain mengenai pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pengertian pariwisata tersebut disimpulkan bahwa pariwisata merupakan aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi wisatawan yang di tunjang oleh fasilitas serta pelayanan yang baik dari penyedia pariwisata dalam hal ini pengelola pariwisata dan pemerintah. Dikaitkan dengan McIntosh (1995: 10) menyatakan bahwa pariwisata adalah gabungan kegiatan, layanan, dan industri yang memberikan pengalaman perjalanan seperti transportasi, akomodasi, makan dan minum, pusat perbelanjaan, hiburan, aktivitas, dan layanan lainnya yang tersedia untuk individu atau kelompok yang jauh dari tempat tinggalnya.

Sektor pariwisata beberapa tahun terakhir dianggap sebagai industri yang terbesar dan paling cepat berkembang di dunia industri, pariwisata telah memainkan peran penting di sektor sosial-ekonomi dari negara maju dan berkembang (Ningrum, 2017: 77). Industri pariwisata di dunia khususnya di Indonesia dalam pertumbuhan dan perkembangannya terbilang sangat pesat,

Ditjen Imigrasi dan Badan Pusat Statistik melaporkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara atau wisman ke Indonesia tahun 2018 naik 11,63 persen yaitu dari 12.892.768 wisatawan menjadi 14.391.816 wisatawan berdasarkan kunjungan seluruh pintu masuk yaitu darat, laut, dan udara. Secara kumulatif pada bulan Januari sampai dengan November 2018, jumlah kunjungan wisman ke Indonesia naik 1.499.048 wisatawan.

Tabel 1. Perkembangan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Tahun 2017 Dan Tahun 2018

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisman Melalui 26 Pintu Masuk Utama	Pintu Masuk Lainnya	Total Kunjungan Seluruh Pintu Masuk
2017	11.115.310	1.777.458	12.892.768
2018	11.814.001	2.577.815	14.391.816
Pertumbuhan (%)	6,29	45,03	11,63

Sumber : Ditjen Imigrasi dan BPS (diolah kembali oleh Asisten Deputi Industri dan Regulasi Pariwisata, Kementerian Pariwisata)

Pengembangan pariwisata adalah menjual daya tarik daerah berupa keindahan alam dan budaya yang khas. Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah dengan demikian memiliki potensi pariwisata yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai obyek wisata lebih lanjut. Dewasa ini banyak daerah di Indonesia yang tengah giat membangun potensi pariwisatanya dengan cara pemanfaatan sumber daya alam, untuk menjadi destinasi pariwisata suatu daerah harus memiliki setidaknya lima syarat yang harus terpenuhi, yaitu *culture* atau kebudayaan, *nature* atau alam, *culinary* atau makanan, *people* atau

masyarakatnya, dan syarat terakhir adalah transportasi atau akses jalan dan juga sarana prasarana seperti hotel dan penginapan juga pusat perbelanjaan khas yang harus memberikan kenyamanan bagi para wisatawan yang berkunjung (Hermawan, 2014: 3).

Atraksi budaya dianggap sebagai aliran penting budaya global di tingkat nasional dan atau lokal dan budaya memainkan peran penting dalam membangun dan memperkuat identitas unik orang-orang. Budaya dan pariwisata selalu terkait erat (Hieu dan Rašovská, 2017: 71). Pemandangan budaya, atraksi dan peristiwa memberikan motivasi penting untuk bepergian, dan melakukan perjalanan untuk menghasilkan wisata. Hubungan antara budaya dan pariwisata lebih eksplisit diidentifikasi sebagai bentuk konsumsi spesifik sebagai pariwisata budaya, tujuan dari pengembangan pariwisata di dunia salah satunya adalah konservasi atau pelestarian budaya dan sejarah yang ada di masyarakat. Konservasi dan preservasi budaya memiliki manfaat yang sangat berarti, utamanya dalam meningkatkan jati diri suatu bangsa dan berkaitan erat dalam memajukan pendidikan bagi masyarakat luas. Salah satu bentuk dari pengembangan kepariwisataan yang berkaitan dengan konservasi dan pelestarian budaya adalah melalui pengembangan atraksi wisata bersejarah (Gaffar, 2011: 15).

Daerah tujuan wisata yang kini menarik perhatian pemerintah untuk dikembangkan yaitu daerah tujuan wisata dengan kekayaan budaya dan sejarahnya, objek wisata yang dimaksud adalah museum. Museum memegang karakter penting dalam kehidupan sosial dan budaya di masyarakat. Museum

adalah untuk melihat, mempelajari, dan berinteraksi dengan kemajuan budaya, sejarah dan teknologi di Indonesia (Chamidah et al., 2017: 265).

Museum memiliki peran yang strategis karena memiliki tugas untuk mendidik bangsa, kepribadian bangsa, ketahanan dan wawasan nasional. Keberadaan Museum yang ada di Indonesia sampai sekarang ini pada umumnya belum mampu memenuhi kebutuhan masyarakat secara optimal. Wakil Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Wiendu Nuryanti mengatakan masih banyak museum di Indonesia yang tidak layak, dari museum yang ada hanya sekitar 30 persen yang Indonesia sangat mendesak (Zulaikha, L. et al., 2018: 72). Persepsi masyarakat tentang Museum di Indonesia masih menganggap bahwa Museum itu tidak lain hanya tua bangunan yang merupakan tempat menyimpan benda kuno dan tidak digunakan lagi oleh masyarakat umum, hal ini terjadi karena minimnya informasi tentang museum pada masyarakat kita.

Museum membutuhkan konsep yang tepat untuk terus berkembang agar dapat menjawab tantangan kali. Mulai dari konsep pameran, diharapkan lahir genre baru dan semangat museum, tidak hanya memberikan sentuhan emosional melalui koleksi karya-karyanya tetapi juga memberikan edukasi dan ideologi kepada pengunjung (Setiawan, 2018: 46). Museum pada awal perkembangannya merupakan tempat penyimpanan benda khusus kaum bangsawan guna menyimpan dan memamerkan bukti-bukti kebesaran mereka, museum lebih menyerupai sebuah kuil yang hanya apat dikunjungi oleh kalangan terbatas dan berkelas tertentu. Memasuki era modern museum menjadi lebih terbuka, bahkan kemudian harus terbuka untuk umum. Kini museum dapat dipahami sebagai lembaga tempat

penyimpanan, perawatan, dan pemanfaatan benda-benda bukti material hasil budaya manusia serta alam dan lingkungannya, guna menunjang upaya perlindungan dan pelestarian kekayaan budaya bangsa (PP No. 19/1995 tentang permuseuman).

Masyarakat negara maju telah memiliki kesadaran tentang arti penting museum, demikian juga dalam hal pengelolaannya museum di negara maju dikelola secara profesional oleh tenaga-tenaga ahli dibidangnya (Sudharto, 2001: 36). Kesadaran tentang arti penting museum di Indonesia masih rendah, keberadaan museum di Indonesia yang sedemikian banyaknya belum membuka kesadaran masyarakat tentang arti penting museum, maka tidak mengherankan jika hingga saat ini museum belum dijadikan media wisata pendidikan oleh masyarakat Indonesia.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan menggelar berbagai program guna mendorong meningkatnya jumlah kunjungan masyarakat ke museum. Pemerintah berupaya untuk mempromosikan museum melalui program Tahun Kunjungan ke Museum, Gerakan Nasional Cinta Museum dan Pemilihan Duta Museum Indonesia. Peran penting museum sebagai pelestari nilai-nilai budaya, maka menjadi tugas bangsa Indonesia untuk melestarikan keberadaan museum yang menyimpan kekayaan budaya berwujud benda maupun non benda karena keberadaan museum dan koleksinya sangat bermanfaat bagi generasi sekarang dan yang akan datang, dan harapannya elalui museum pengunjung dapat mengetahui dan mengembangkan sejarah dan peradaban bangsa.

Peninggalan warisan budaya yang dapat dijadikan sebagai koleksi menarik di dalam sebuah museum, salah satunya yaitu Batik. Batik sebagai salah satu warisan budaya Indonesia telah dikenal di seluruh dunia karena telah terdaftar dan diakui oleh UNESCO di mana Indonesia memperoleh hak cipta (Suprina, 2018: 28). Batik Indonesia sangat beragam, diakui oleh UNESCO sebagai Masterpiece, dibuat menggunakan teknik pewarnaan menggunakan warna tradisional seperti lilin-coklat gelap, putih, dan nila. Batik adalah kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia (terutama Jawa) sejak lama. Daerah-daerah di Indonesia memiliki batik unik mereka sendiri seperti motif atau motif bunga, alam, cerita rakyat, atau hewan yang diambil dari kehidupan sehari-hari. seperti pola atau motif bunga, alam, cerita rakyat, atau hewan yang diambil dari kehidupan sehari-hari (Yuliati, 2018: 49).

Batik di Indonesia pada awalnya dikenalkan melalui proses asimilasi kebudayaan pendatang Cina dan India, kemudian dengan penduduk pribumi. Sejalan dengan perkembangan nilai sosial dan budaya bangsa Indonesia, batik hasil karya seni tumbuh dan berkembang menjadi kekayaan nasional yang bernilai tinggi dan telah mendapat pengakuan dari PBB melalui UNESCO sebagai warisan budaya dunia (*Intangible cultural heritage*) yang dihasilkan oleh Indonesia. Selama ini orang hanya mengetahui bahwa pulau Jawa, khususnya di kota Solo, Yogyakarta atau Pekalongan adalah pusat kebudayaan batik, padahal di luar ketiga kota itu masih banyak daerah lain yang punya budaya dan seni batik yang tentunya masing-masing punya motif dan corak tersendiri.

Industri batik di Indonesia dapat ditemukan di berbagai daerah, baik di Jawa maupun luar Jawa, baik dalam skala industri rumah tangga, skala industri kecil, menengah, maupun besar. Industri batik telah menjadi bagian erat dari kehidupan masyarakat di Indonesia. Batik sebagai warisan budaya Indonesia harus dilestarikan dengan mengenakan batik di berbagai kesempatan. Batik harus tetap dikembangkan agar identitas sebagai bangsa Indonesia tidak pudar dan kecintaan terhadap batik juga tidak luntur, keberadaan batik di Indonesia sangat menunjang industri pariwisata. Batik tidak dapat dilepaskan dari masyarakat Indonesia dan keberadaannya telah membantu kemajuan dunia pariwisata Indonesia. Pariwisata Indonesia memang tidak bergantung pada keberadaan batik, namun pengakuan dunia internasional atas batik sebagai warisan budaya asli Indonesia telah mendorong industri pariwisata Indonesia berkembang pesat dengan menggunakan batik sebagai pendukungnya.

Batik sebagai salah satu hasil kesenian dengan nilai-nilai khas masyarakat Indonesia membutuhkan cara penangan pengembangan tersendiri. Kompleksitas tebaran diantaranya adalah usaha memberikan kontribusi komoditas melalui dunia kepariwisataan. Muncul persoalan baru yaitu prospektus mengembangkan sesuai dengan standar mutu internasional, usaha untuk mempertahankan dalam konteks nilai filosofi dengan standar motif dan bentuk pengembangan fungsi medium (sebagai sandang dan medium ekspresi) serta memperhatikan institusionalisasi batik dalam konteks pembinaan (Soedarso, 1998: 62). Keresahan yang dirasakan apabila punahnya batik yang telah dikoleksi sejak tahun 1960an tersebut mendorong Hadi Nugroho dan H. Santosa Doellah untuk mendirikan sebuah

museum batik yang bertujuan untuk melestarikan budaya, mengedukasi masyarakat, dan memfasilitasi para pengoleksi serta para pembatik.

Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta telah mendokumentasikan sejarah batik yang merupakan kebudayaan asli Indonesia. Museum Batik merupakan galeri batik yang berkonsentrasi dengan mengembangkan koleksi batik dari seluruh nusantara, museum batik juga mengembangkan klinik perawatan dan konservasi batik. Museum Batik Yogyakarta saat ini menyimpan lebih dari 1.200 koleksi perbatikan yang terdiri atas kain batik tulis dan batik, sejumlah peralatan membatik kuno maupun modern juga dipamerkan di museum. Koleksi lain juga dipamerkan di Museum Batik Yogyakarta seperti karya hasil sulaman tangan. Pengunjung juga bisa melihat karya sulaman terbesar membentuk kain berukuran 90 x 400 cm², karya ini juga pernah dinobatkan sebagai rekor Museum Rekor Indonesia atas karya sulaman terbesar. Prestasi yang sama didapatkan oleh Museum Batik Surakarta dengan mendapatkan penghargaan oleh Museum Rekor Indonesia sebagai kolektor batik terbanyak di Indonesia, 10 ribu kain.

Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta memiliki peran dan andil dalam mengoleksi batik di Indonesia, hal tersebut merupakan daya tarik wisata yang potensial. Ketersediaan daya tarik dan standar kelayakan menjadi daerah tujuan wisata yang potensial belum dimanfaatkan dengan baik oleh wisatawan yang berkunjung, karena menurut pengelola Museum Batik bahwa hingga saat Museum Batik masih sepi pengunjung jika dibandingkan dengan

intensitas dan jumlah kunjungan di Museum lain di kota Yogyakarta dan Surakarta.

Tabel 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan Museum Batik Tahun 2017 Dan 2018

Tahun	MBY	MBS
2014	392	498
2015	332	451
2016	353	522
2017	321	420

Sumber : Pengelola Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta (*House of Danar Hadi*)

Data yang diperoleh dari Pengelola Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta (*House of Danar Hadi*) menunjukkan bahwa jumlah wisatawan yang datang pada tahun 2014 sampai dengan 2017 mengalami penurunan. Penurunan terlihat pada dua tahun terakhir yaitu tahun 2016 dan 2017, wisatawan yang datang ke Museum Batik Yogyakarta pada tahun 2016 sebanyak 353 orang wisatawan dan tahun 2017 sebanyak 321 orang wisatawan. Penurunan juga terjadi pada Museum Batik Surakarta (*House of Danar Hadi*), pada tahun 2016 wisatawan yang datang ke Museum Batik Surakarta (*House of Danar Hadi*) sebanyak 522 orng wisatawan dan tahun 2017 wisatawan yang datang sebanyak 420 orang wisatawan. Belum optimalnya promosi dan kerjasama antara Pengelola, Dinas Pariwisata, dan *Stakeholder* pariwisata yang ada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan Provinsi Jawa Tengah dalam mempromosikan dan mengembangkan potensi Museum Batik sebagai daya tarik wisata budaya juga menjadi masalah yang terjadi, hal ini terbukti saat peneliti melakukan observasi di kedua Museum Batik. Brosur dan Pamflet iklan mengenai Museum Batik tidak diberikan kepada wisatawan yang datang, selain itu belum

ditemukannya papan petunjuk arah menuju lokasi wisata Museum Batik padahal Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta (*House of Danar Hadi*) memiliki sesuatu yang potensial untuk dijadikan sebagai objek wisata budaya. Analisis potensi wisata pada Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta sangat menarik bila dikaitkan dengan konsep-konsep geografi, konsep yang digunakan antara lain konsep lokasi, konsep diferensiasi area, konsep gerak (*movement*), dan konsep daya saing wilayah yang harapannya dari analisis tersebut lahir inovasi baru untuk peningkatan potensi wisata Museum. Berangkat dari masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang di tuangkan dalam judul “Analisis Perbandingan Potensi Museum Batik Yogyakarta Dan Museum Batik Surakarta Sebagai Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya Serta Upaya Peningkatannya“.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diidentifikasi bahwa masalah pokok yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terjadi penurunan jumlah pengunjung yang datang berkunjung ke Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta.
2. Kurang kesadaran oleh wisatawan bahwa berkunjung ke Museum dapat menjadi alternatif wisata budaya.
3. Belum optimalnya promosi dan kerjasama antara Pengelola, Dinas Pariwisata, dan *Stakeholder* pariwisata yang ada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan Provinsi Jawa Tengah dalam mempromosikan

dan mengembangkan potensi Museum Batik sebagai daya tarik wisata budaya.

C. Fokus dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan sebagaimana di atas, maka di perlukan fokus dan rumusan masalah sehingga akan mempermudah dalam pembahasan. Oleh karena itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perbandingan potensi daya tarik daerah tujuan wisata yang terdapat di Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta sebagai daya tarik wisata budaya dengan berfokus pada konsep geografi yaitu Lokasi (*Location*), Diferensiasi Area (*Areal Differentiation*), Gerak (*Movement*), dan Daya Saing Wilayah (*Regional Competitiveness*)?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbandingan potensi daya tarik daerah tujuan wisata di Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta dikaitkan dengan konsep geografi yaitu Lokasi (*Location*), Diferensiasi Area (*Areal Differentiation*), Gerak (*Movement*), dan Daya Saing Wilayah (*Regional Competitiveness*).

E. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini diantaranya:

1. Secara teoritik

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi landasan teori dalam ilmu kepariwisataan dan geografi pariwisata.

2. Secara praktik

a. Bagi peneliti dapat dijadikan untuk penelitian selanjutnya agar dapat membandingkan teori serta menambah wawasan.

b. Bagi Pengelola, Dinas Pariwisata, dan *Stakeholder* diharapkan penelitian ini menjadi masukan untuk mengembangkan Museum Batik Yogyakarta dan Museum Batik Surakarta menjadi kawasan wisata budaya yang menarik untuk dikunjungi.