

Mewujudkan Smart Kampung Melalui Pengelolaan Wisata Budaya dan Ekonomi Masyarakat

Sita Yuliasuti Amijaya¹, Tutun Seliari¹, Kristian Oentoro²

¹Program Studi Arsitektur

²Program Studi Desain Produk

Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Kristen Duta Wacana
Jalan Dr. Wahidin Sudirohusodo No.5-25, Yogyakarta 55225

sitaamijaya@ staff.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Smart city atau kota cerdas mengunggulkan sisi penerapan teknologi informasi dalam pengelolaan kota, sehingga warga kota memiliki akses terbaik terhadap fasilitas infrastruktur kota secara lebih efektif dan efisien. Kenyataan yang terjadi pada masyarakat di kampung kota, kepuasan hidup mereka tidak melulu diukur pada aspek penguasaan teknologi dan keterjangkauannya terhadap teknologi informasi. Selain itu terdapat isu penting pada sisi transformasi peralihan dari masyarakat itu sendiri yang belum sepenuhnya menguasai teknologi informasi yang canggih menuju terwujudnya konsep kota cerdas dengan dukungan teknologi informasi yang terintegrasi. Kehidupan masyarakat di kampung kota tetap berjalan dan kualitas kehidupan juga tetap dapat terjaga. Studi ini dilakukan untuk menemukan dimensi kecerdasan kota pada masyarakat kampung terutama melalui parameter *smart living dan smart economy*. Studi kasus dilakukan pada masyarakat di Kampung Klitren yang bergerak menuju terwujudnya kampung wisata budaya dengan mengangkat kerajinan batik tulis pewarna alam sebagai salah satu andalan produk wisatanya. Tinjauan dimensi *smart living dan smart economy* dipilih pada penelitian ini untuk mengevaluasi aspek perkembangan wisata budaya dan ekonomi masyarakat melalui usaha kecil menengah (UKM). Metode kualitatif dalam bentuk kegiatan workshop dan pelatihan keterampilan batik tulis pewarnaan alami sesuai untuk mengevaluasi kedua aspek tersebut diatas.

Kata-kata kunci: kota cerdas, batik tulis, wisata budaya, UKM

PENDAHULUAN

Pengembangan wisata budaya yang dilakukan secara mandiri oleh masyarakat merupakan wujud dari tatanan masyarakatnya. Menurut Nurhayati (2005), perspektif kemandirian lokal merupakan perwujudan interkoneksi dalam tatanan masyarakat yang dilakukan secara mandiri guna meningkatkan kualitas tatanan, dengan tetap memelihara lingkungan, warisan budaya dan nilai-nilai kelokalan. Perspektif yang telah terbentuk selama ini mengarahkan pada pengembangan pariwisata daerah yang ditujukan untuk pengembangan daerah dan kontribusi bagi pendapatan pemerintah daerah. Selain itu pengembangan daerah juga mempertimbangkan potensi lokal yang bersumber dari alam, sosial budaya ataupun ekonomi guna memberikan kontribusi bagi pemerintah daerah, sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, saat ini perencanaan pengembangan pariwisata menggunakan pendekatan *community based development*. Konsep ini menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku yang membangun, memiliki dan mengelola langsung fasilitas wisata serta pelayanannya, dengan demikian masyarakat diharapkan dapat menerima secara langsung keuntungan ekonomi dari aktifitas wisata budaya tersebut (Nurhayati, 2005). Pariwisata yang berbasis pada komunitas merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal - baik yang terlibat langsung maupun yang tidak terlibat langsung pada industri pariwisata (Hausler dan Strasdas, 2002).

Pariwisata ekobudaya atau *ecocultural tourism* dalam konteks industri pariwisata cenderung memberikan definisi tersendiri tentang

makna tradisional atau kekhasan; pertanyaan tentang keaslian dalam praktik pariwisata ekowisata menjadi penting karena tampaknya dinegosiasikan melalui apa yang dianggap lokal sebagai otentik serta apa yang dilihat turis dan pengembang pariwisata sebagai pengalaman perjalanan yang dianggap penting (Smith dan Duffy, 2003; Tiberghien et al., 2013). Wallace dan Russel (2004); Tiberghien et al. (2013) berpendapat bahwa pariwisata ekobudaya tidak hanya mencerminkan praktik bentuk pariwisata saat ini, tetapi juga bertindak sebagai model untuk pengembangan budaya dan ekowisata. Model pengembangan ini dapat dikelola langsung oleh masyarakat lokal untuk membangun masa depan yang berdaya, kreatif, inovatif dan berkelanjutan. Sesuatu yang biasanya dilihat turis adalah sajian performatif dari aspek budaya lokal yang dikemas dan disajikan untuk pengunjung (Tiberghien et al., 2013; MacCannell, 1976). Penyajian ekobudaya dapat mengambil kekhasan sebuah lokasi, namun menurut perspektif lain penyajian wisata budaya dapat diciptakan menurut kreatifitas pengelola pariwisata.

Berbicara tentang keunikan, dalam bidang pariwisata ini ada beberapa perspektif untuk dapat dikaji, yaitu keaslian berdasarkan lokasi atau tempat, serta sesuatu yang dianggap asli menurut perspektif turis/pengunjung terikat dengan pengalaman yang dihadapi pada saat tersebut (Smith dan Duffy, 2003). Tentu saja dua pendapat ini akan memunculkan banyak perdebatan, namun yang perlu dipahami adalah peran pelaku pariwisata dan sektor publik dalam mengemas serta memasarkan tempat-tempat wisata dan destinasi wisata, akan memberikan dampak yang besar terhadap respon positif terhadap lokasi pariwisata dan potensi masyarakatnya. Kajian pada lokasi Kampung Klitren dengan keunikan adanya Embung Langensari dapat dikemas sebagai tawaran baru wisata budaya dengan sajian unik produk batik tulis. Hal ini bermula dari komitmen Pemerintah Kota Jogja untuk melestarikan budaya batik tulis sebagai identitas lokasi (keaslian), selain itu juga keunikan dari lokasi wilayah yang memiliki embung atau tempat penampungan air menjadi sebuah identitas yang melekat. Keaslian atau originalitas pada kasus batik tulis juga terkait dengan unsur-unsur yang menyertai, yaitu: pelaku, ketrampilan, motif yang unik, teknik yang

dipertahankan serta proses regenerasi, selain juga pada faktor lokasi yang bisa menjadi sebuah *'branding location'* yang mudah dikenali dan diingat.

Kualitas kehidupan warga merupakan komponen penting dalam mengukur kesejahteraan kehidupan sebuah kota. Kesejahteraan warga kota merupakan aspek penting dalam pengembangan perkotaan dengan meletakkan warganya sebagai aktor pembangunan. Pemerintah kota membantu warganya untuk membangun komunitas, identitas dan budaya lokal. Partisipasi merupakan modal sosial yang mutlak dalam pengembangan ekonomi dan revitalisasi kehidupan masyarakat. Menumbuhkan identitas lokasi memerlukan partisipasi warganya. Interaksi, kontribusi, aktifitas perekonomian dan kelestarian budaya menguatkan pemaknaan fungsi embung di tengah perkotaan seperti di Kota Yogyakarta, yang berfungsi sebagai ruang rekreatif dan ruang interaksi warganya bisa berperan lebih jauh lagi sebagai ruang ekonomi dan melekat sebagai sebuah identitas kelokalan. Jika dikaitkan dengan promosi budaya dan wisata, aspek identitas kelokalan dapat menjadi kekuatan dan keterikatan.

Perekonomian masyarakat atau sering disebut sebagai usaha kecil dan menengah mengambil peran penting dalam mewujudkan perekonomian rakyat yang kreatif, berdaya dan melekat dengan potensi kelokalan. Terkait dengan pengertian kota, kita memahami bahwa kota merupakan kumpulan sebuah sistem besar yang terdiri dari layanan-layanan fasilitas beserta tata kelolanya. Secara lebih detail, kota terdiri dari masyarakat kota, pemerintahan, industri, infrastruktur, pendidikan dan layanan sosial (Madakkam, S. dan Ramaswamy, R., 2014.). Untuk itu, idealnya kota juga merupakan ruang untuk berkehidupan yang nyaman, tempat untuk bekerja dan pusat dari pertumbuhan ekonomi. Ada banyak definisi kota yang bisa ditemukan, namun salah satu karakter kota sebagai sebuah bentuk permukiman, yang dihuni oleh orang-orang dengan berbagai tingkat kepentingan terhadap fasilitas kota itu sendiri, sehingga setiap individu memiliki pengalaman yang berbeda terhadap kota tempat berhuninya. Penelitian ini mengambil setting lokasi di permukiman kota (kampung) sebagai bentuk hunian yang kecil yang terbentuk secara informal, namun didalamnya terdapat

sistem formal administratif yang meliputi unit terkecil RT (rukun tetangga), RW (rukun warga), serta dalam skala besar bagian dari sebuah Kelurahan. *Smart city* atau kota cerdas pada prinsipnya menekankan aspek pelayanan kepada warganya yang lebih terintegrasi. Selain itu kota cerdas juga mengunggulkan sisi penerapan teknologi informasi dalam pengelolaan kota, sehingga warga kota memiliki akses terbaik terhadap fasilitas infrastruktur kota secara lebih efektif dan efisien. Kenyataan yang terjadi pada masyarakat di kampung kota, kepuasan hidup mereka tidak melulu diukur pada aspek penguasaan teknologi dan keterjangkauannya terhadap teknologi informasi. Selain itu terdapat isu penting pada sisi transformasi peralihan dari masyarakat itu sendiri yang belum sepenuhnya menguasai teknologi informasi yang canggih menuju terwujudnya konsep kota cerdas dengan dukungan teknologi informasi yang terintegrasi. Terkait dengan hal ini, terdapat suatu diskusi yang penting atas proses transformasi pada masyarakat yang masih minim akan penguasaan teknologi menuju pada masyarakat yang terintegrasi dalam sistem teknologi informasi dan komunikasi. Menurut Giffinger, et al. (2007); Madakkam dan Ramaswamy (2014.); Monzon (2015), konsep kota cerdas meliputi enam dimensi sebagai berikut,

1. *Smart people* atau masyarakat yang cerdas mencakup aspek kreativitas sebagai kekayaan lokal,
2. *Smart environment* atau lingkungan yang cerdas meliputi aspek sumber daya dan keberlanjutan,
3. *Smart government* atau pemerintahan yang cerdas melibatkan partisipasi warga kota dan sekaligus usaha pemberdayaan warga,
4. *Smart living* atau kehidupan yang cerdas adalah masyarakat yang mengembangkan budaya setempat serta meningkatkan kualitas kehidupan warga kota,
5. *Smart mobility* atau mobilitas yang cerdas berarti sinergi dari infrastruktur dan transportasi,
6. *Smart economy* atau ekonomi cerdas meliputi inovasi dan daya saing.

Berdasarkan aspek tersebut diatas, penelitian ini ingin mengetahui lebih lanjut atas kesiapan warga masyarakat dalam merespon perubahan yang terjadi pada lingkungan hidupnya.

Hal ini sangat terkait dengan perubahan pada masyarakat di wilayah Kelurahan Klitren dan terutama warga di sekitar Kawasan Embung Langensari yang bergerak menuju pembangunan wisata budaya dan peningkatan perekonomian masyarakatnya.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pada tahap pembahasan hasil dilakukan dengan menggunakan Kriteria Tipologi Fungsi Kota Cerdas untuk menilai komponen-komponen yang ditemukan pada kegiatan pelatihan maupun pada masyarakat sekitar Embung Langensari. Selanjutnya tahap pembahasan dilakukan dengan deskripsi untuk menjelaskan kecenderungan yang situasional tersebut. Responden disini yang dipilih dari warga masyarakat yang sebagian besar bertempat tinggal di wilayah sekitar Embung Langensari, masuk pada wilayah Kelurahan Klitren, Kota Yogyakarta. Responden disini juga merupakan peserta Pelatihan Kewirausahaan dan Workshop Pewarnaan Batik Tulis dengan Pewarna Alam. Penelitian dengan bentuk pelatihan dan workshop ini dibagi menjadi beberapa tahapan:

1. **Tahap Sosialisasi:** penelitian ini merupakan kerjasama penelitian dengan Bappeda Kota Yogyakarta, sehingga sasaran program kegiatan ini adalah untuk kemajuan dan kesejahteraan warga masyarakat yang berada di wilayah Kota Yogyakarta. Sebelum dilaksanakannya program pelatihan dan workshop, diperlukan pengenalan kegiatan bagi warga yang menjadi sasaran dari kegiatan.



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi

Selain itu melalui kegiatan sosialisasi, juga dibagikan kuisisioner untuk menjangkau peminat pada tahap pelatihan kewirausahaan dan workshop pewarnaan batik yang akan dilaksanakan berikutnya. Kegiatan ini dilaksanakan di awal sebelum dimulainya program dan berlangsung selama 1 hari.

- 2. Tahap Kewirausahaan dan Proses Batik:** dilakukan melalui pemberian materi tentang kewirausahaan dan proses membatik secara teoritis. Sesi kewirausahaan memberikan fokus pada pemahaman tentang produk dan pemasaran produk, kemudian tahap selanjutnya tentang materi batik serta urutan kegiatan dalam membatik. Materi kewirausahaan diberikan sebagai modal wawasan bagi para peserta, karena untuk masuk kedalam dunia bisnis, wajib untuk memahami situasi pasar batik, memahami karakter pasar, serta bagaimana strategi pemasarannya. Setelah dilaksanakan pemberian materi, dilanjutkan juga dengan diskusi. Melalui sesi diskusi diharapkan peserta bisa lebih mendapatkan masukan yang lebih spesifik pada situasi yang dihadapi ketika akan merintis usaha batik. Selanjutnya di akhir kegiatan, setiap peserta diminta kembali untuk mengisi masukan dan saran terhadap kegiatan, juga menjawab beberapa pertanyaan yang terkait dengan materi yang diberikan. Kegiatan ini dilaksanakan dalam 1 hari.



Gambar 2. Kegiatan Pemberian Materi Kewirausahaan

- 3. Tahap Pelaksanaan Workshop Batik Pewarna Alam:** tahapan ini dilaksanakan

dalam waktu singkat selama 2 hari kerja. Hal ini mempertimbangkan tentang proses pembelajaran dan pewarnaan yang tidak memungkinkan untuk dilaksanakan dalam waktu satu hari, sehingga sebagian pekerjaan lanjutan membatik juga tetap dilaksanakan di rumah masing-masing peserta. Metode pematikan yang dikenalkan pada workshop ini adalah batik cap dan kombinasi tulis dengan canting. Selain itu, mengacu pada komitmen tentang status Yogyakarta sebagai Jogja Kota Batik Dunia, maka aspek pewarnaan batik menjadi fokus dalam pembelajaran ini. Pembatik biasanya mengenal pewarnaan batik sintetis. Batik sintetis berbahan kimia lebih menjadi pilihan karena harganya lebih murah, warnanya lebih cerah, lebih disukai konsumen karena warna yang cerah, serta harga jual di pasaran bisa variatif, mulai dari yang murah sampai yang kelas premium.



Gambar 3. Kegiatan Pelaksanaan Workshop

Upaya pengenalan pewarnaan alam untuk kerajinan batik tulis diharapkan nantinya akan menjadi identitas bagi karya masyarakat di Kawasan Embung Langensari. Lebih lanjut pemberian materi kewirausahaan melalui kegiatan ini sangat diperlukan, karena para pengrajin batik ini belum memahami hal-hal yang berkaitan dengan produk kerajinan yang dipasarkan sebagai produk wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan prinsip kota cerdas dalam pembahasan ini yang akan menjadi fokus studi adalah pada aspek perkembangan wisata di kampung kota. Dimensi yang akan dipergunakan sebagai parameter untuk evaluasi adalah *Smart Living* atau kehidupan yang cerdas, serta *Smart*

Economy atau kegiatan ekonomi yang cerdas. Menurut Tipologi Fungsi dari Kota Cerdas, terdapat beberapa komponen yang menjadi ciri sebuah dimensi kecerdasan (Batty et al, 2012). Ciri-cirinya sebagai berikut:

Tabel 1. Tipologi Fungsi Kota Cerdas

	I. Dimensi Kecerdasan Lingkungan (<i>smart living</i>)	II. Dimensi Kecerdasan Ekonomi (<i>smart economy</i>)
1.	<i>Terdapatnya aktifitas dan fasilitas budaya</i>	<i>Semangat untuk berinovasi</i>
2.	<i>Kondisi kesehatan lingkungan</i>	<i>Semangat wirausaha/ entrepreneurship</i>
3.	<i>Tingkat kenyamanan tiap individu</i>	<i>Identitas ekonomi dan ciri kelokalan</i>
4.	<i>Kualitas rumah yang layak</i>	<i>Produktivitas warganya</i>
5.	<i>Fasilitas Pendidikan yang memadai</i>	<i>Fleksibilitas para pekerjanya</i>
6.	<i>Menarik bagi turis/pengunjung</i>	<i>Semangat untuk "going global"</i>
7.	<i>Kehidupan sosial masyarakatnya yang harmonis</i>	<i>Kesiapan untuk berkembang</i>

I. Tipologi Fungsi Kota Cerdas (Dimensi Kecerdasan Lingkungan)

Berdasarkan Tipologi dari Fungsi Kota Cerdas (lihat Tabel 1- Dimensi Kecerdasan Lingkungan), hasil kegiatan ini akan dievaluasi berdasarkan komponen 1, 2, 3, 6 dan 7. Komponen lain tidak didiskusikan disini sebagai temuan hasil karena menyangkut aspek kondisi hunian dan fasilitas pendidikan yang kurang relevan dalam kegiatan membuat, serta penelitian ini tidak dilaksanakan melalui pengamatan hunian dan lingkungan.

- Mengacu pada komponen (1), (2) dan (3), masyarakat di Kampung Klitren menyadari akan potensi budayanya, serta berupaya untuk mengembangkan potensi ketertarikan masyarakatnya dalam kegiatan membuat. Meskipun hanya sebagian warga yang tertarik untuk mengembangkan keterampilan, namun setiap individu diberikan kesempatan untuk

mengembangkannya. Hal ini terbukti ajakan dari kegiatan pelatihan dan workshop ini direspon oleh peserta baru yang sama sekali belum pernah mengikuti kegiatan membuat. Proses awal penjaringan peserta dilakukan melalui edaran yang disampaikan kepada pamong RW6, kemudian dalam edaran tersebut ditawarkan kepada warga masyarakat di RW6 yang tertarik untuk belajar membuat, terutama juga yang tertarik untuk mempelajari pewarnaan alam. Jika dilihat pada konsep pewarnaan alam, maka kesadaran akan pencemaran terhadap lingkungan yang disebabkan pada proses industri batik sangat menjadi perhatian disini. Pewarna alam adalah bahan yang sangat ramah lingkungan, diambil dari lingkungan dan dapat diuraikan di lingkungan. Lebih lanjut terkait dengan pembentukan kelompok batik PBTLS (Persatuan Batik Tulis Langensari), merupakan sebuah langkah kelompok batik untuk kepentingan bersama. Dibentuknya PBTLS dengan anggota mayoritasnya adalah hasil dari pelatihan sebelumnya terdiri dari warga di sekitar Embung Langensari dan sekitarnya. Keanggotaannya tidak dibatasi wilayah, namun lebih terbuka bagi yang tertarik untuk mendalami batik tulis. Hal ini sesuai dengan komponen (3) dari Tabel 1, tentang tingkat kenyamanan individu untuk bergabung dalam sebuah kelompok usaha.

- Komponen (6) menyangkut tentang ketertarikan bagi kunjungan turis. Berdasarkan pembahasan ekobudaya (MacCannell, 1976), penyajian wisata ekobudaya dapat mengambil kekhasan sebuah lokasi. Penyajian ini dapat dikemas menurut kreatifitas dan kekhasan dari lokasi. Berdasarkan dimensi ini, sebaiknya aktifitas masyarakat dikelola berdasarkan potensi, namun pada konsep wisata budaya, aktifitas dapat juga diadakan atau dibangun bersama sebagai sebuah kekhasan. Permasalahan yang akan dihadapi dalam menghidupkan kegiatan baru ini adalah tentang keberlanjutan. Jika sebuah aktifitas budaya merupakan cerminan kehidupan alamiah warganya, maka keberlanjutannya akan mudah diteruskan pada generasi berikutnya. Seperti halnya dengan batik tulis pewarnaan alam yang nantinya bisa diangkat

sebagai kekhasan lokasi, harus dibarengi dengan kegiatan pendidikan dan pelatihan bagi generasi selanjutnya, agar kegiatan membatik dapat bertahan menjadi keunikan lokasi. Tanpa dibarengi usaha untuk pelestarian, maka semakin lama sebuah keterampilan akan menjadi hilang terganti oleh bentuk budaya baru. Jika identitas dan keunikan berubah, maka aktifitas wisata budaya di sebuah lokasi akan mulai hilang, seiring dengan hilangnya identitas lokasi tersebut. Hal ini merupakan ancaman penting bagi sebuah lokasi wisata yang akan mulai kehilangan daya tariknya. Perlu adanya usaha-usaha nyata untuk melestarikan identitas lokasi, namun juga memungkinkan untuk membangkitkan identitas baru yang menguatkan wisata budaya. Kegiatan pelatihan, workshop, atau training untuk menularkan keterampilan membatik hendaknya dapat selalu dilakukan secara teratur dan dengan sistem yang baik. Perlu adanya pembuatan target dan capaian pada kelompok usaha kerajinan, untuk mempertahankan diri, memajukan diri serta melestarikan keterampilan komunal sebagai sebuah modal sosial masyarakat.

- Komponen (7) adalah kehidupan sosial masyarakatnya yang harmonis, terkait dengan kegiatan usaha wisata budaya. Pelatihan batik ini mendapatkan respon yang cukup baik dari warga sekitar Embung Langensari. Meskipun untuk kegiatan ini tidak mungkin menjangkau sebanyak-banyaknya peserta, namun mencapai target sasaran bagi peserta yang sudah memiliki keterampilan membatik tulis, serta dari peserta baru. Salah satu tujuan pelatihan ini adalah mengenalkan pewarna alam untuk batik tulis sebagai warisan budaya bukan benda (Intangible Cultural Heritage-UNESCO). Kehidupan sosial yang harmonis tercapai, jika setiap warga memiliki kesempatan memperkembangkan kehidupannya pada tempat berkehidupan, dalam hal ini bisa berarti berkesenian, berkegiatan sosial/pertemuan, kegiatan ekonomi dan kebudayaan. Berdasarkan komponen 7, kegiatan pelatihan ini cukup mampu untuk mendukung kehidupan sosial masyarakat di Kawasan Embung Langensari.

II. Tipologi Fungsi Kota Cerdas (Dimensi Kecerdasan Ekonomi)

Berdasarkan tipologi dari fungsi kota cerdas (lihat Tabel 1- Dimensi Kecerdasan Ekonomi), hasil kegiatan ini akan dievaluasi berdasarkan komponen 1 sampai dengan 7. Setiap komponen dalam dimensi ini dapat digunakan untuk mengevaluasi kegiatan pelatihan dan workshop kewirausahaan batik tulis ini.

- Komponen (1) dan (2) meliputi semangat untuk berinovasi serta semangat wirausaha/enterpreneurship. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan bekal pengetahuan bagi warga masyarakat yang ingin mengembangkan keterampilan batik menjadi usaha yang lebih berkembang melalui enterpreneurship, sehingga selain pemberian materi pembatikan pewarna alam juga dibarengi dengan pemberian materi kewirausahaan. Harapannya pengrajin memiliki dasar-dasar yang memadai dalam hal produk dan pemasaran. Meskipun demikian, warga harus memulai usaha ini secara nyata untuk mengetahui hambatan dan juga kesempatan-kesempatan lain untuk mengembangkan kerajinan batik sebagai usaha wisata budaya. Terkait dengan semangat berinovasi, untuk saat ini kelompok batik berusaha untuk selalu mengikuti kegiatan pameran, membuka jaringan dan hubungan dengan pemerintah setempat. Hal lain yang dapat dilakukan adalah mengembangkan motif khas dari lokasi. Motif khas ini akan menjadi kekuatan dan keunikan yang membedakan karya batik dengan yang telah ada di pasaran. Selain itu, perlu adanya pengembangan sentra batik dengan menetapkan lokasi/tempat berkegiatan yang mudah untuk dituju oleh calon pembeli/turis yang ingin melihat secara langsung proses produksi yang terjadi pada batik tulis pewarna alam.
- Komponen (3) identitas ekonomi dan ciri kelokalan merupakan komponen selanjutnya pada kecerdasan ekonomi. Posisi dari batik tulis saat ini dapat dikatakan sebagai sebuah identitas dan ciri kelokalan secara umum untuk Kota Yogyakarta. Penggiat batik di Langensari perlu berupaya agar munculnya identitas dan ciri kelokalan yang dibangun ini bisa semakin melekat terhadap masyarakat di kawasan Embung Langensari. Salah satu cara

untuk itu adalah menggiatkan keterampilan membatik ini dengan melibatkan generasi muda, serta masyarakat awam yang ingin mengenal batik tulis. Selain itu, penting adanya motif lokal yang saat ini belum bisa diproduksi sendiri oleh kelompok batik PBTLS.

- Komponen (4) dan (5) meliputi produktivitas warganya dan fleksibilitas para pekerjanya. Secara umum, profil peserta pelatihan didominasi oleh kaum ibu dan hanya terdapat 3 peserta laki-laki. Lebih lanjut, ibu-ibu peserta pelatihannya biasanya adalah ibu rumah tangga, meskipun ada juga yang mempunyai profesi lain, misalnya bekerja wirausaha lain. Sebagian peserta ini adalah juga pemilik rumah kos/ rumah sewa yang dihuni oleh para mahasiswa yang berkuliah di sekitar kawasan Klitren. Aktifitas membatik saat ini merupakan aktifitas yang dilakukan secara sambilan oleh para pembatik, karena aktifitas ini dilakukan untuk mengisi kegiatan di saat masih ada waktu di rumah. Namun ada saat-saatnya ketika permintaan kain agak banyak, maka mereka pun mengatur waktu untuk bisa menyelesaikan targetnya. Ditinjau dari keunikan karya batik tulis, memang produk ini adalah karya buatan tangan, sehingga tidak bisa diprediksi secara pasti untuk durasi pengerjaan. Hal ini merupakan sebuah keunikan jika dilihat dari jenis karya produknya. Tidak mungkin karya batik tulis dipaksakan untuk mengikuti kecepatan produksi mesin ataupun batik cap, sehingga kadang-kadang banyak konsumen yang kemudian tidak bersedia untuk menunggu terlalu lama. Meskipun demikian batik tulis akan selalu memiliki target konsumennya, sehingga untuk mengantisipasi lonjakan

pemesanan dibutuhkan sebuah komunitas kelompok batik. Salah satu tujuan dari pelatihan dan workshop ini, masyarakat membentuk dan membangun jaringan usaha bersama melalui kelompok batik. Komponen produktivitas saat ini belum bisa diukur secara kuantitatif.

- Komponen (6) dan (7) meliputi semangat untuk *“going global”* dan kesiapan untuk berkembang. Mengembangkan usaha batik dan kampung wisata budaya batik memerlukan kesiapan. Komponen keunikan lokasi, kesiapan kunjungan, menyiapkan rute kunjungan, menata jadwal kegiatan bulanan, serta penataan dan kelengkapan administrasi. Untuk hal tersebut, saat ini kampung masih belum memiliki tim khusus yang membangun kampung untuk menuju kampung wisata yang siap menerima kunjungan. Kesiapan ini membutuhkan pendampingan dari pihak-pihak pemangku kebijakan, serta peran serta dari warga. Potensi yang cukup tinggi ini dapat terus dikembangkan dengan menyertakan semua pihak. Potensi lain untuk *“going global”* saat ini belum bisa, karena untuk kestabilan tingkat regional masih memerlukan kemantapan dari setiap pembatiknya.

KESIMPULAN

Kampung wisata merupakan bentuk wisata yang menarik karena menonjolkan keunikan lokasi. Keunikan ini menjadi identitas bagi sebuah tema wisata. Hal ini sangat penting untuk memudahkan calon wisatawan mengingat. Potensi Kampung di sekitar Embung Langensari dievaluasi dengan menggunakan Tipologi Fungsi dari Kota Cerdas. Hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 2.

Dari Tabel 2, terdapat 2 aspek yang tidak diamati pada dimensi *smart living (I)*, karena tidak termasuk pada komponen penelitian ini. Yang menarik adalah pada komponen (1) terkait kesiapan fasilitas budaya perlu menjadi perhatian. Untuk aktifitas budaya saat ini menggunakan fasilitas di Embung, namun status pengelolaan Embung masih terkait dengan beberapa instansi, sehingga warga dapat memanfaatkan ruang luar untuk kegiatan budaya. Komponen lain yang belum siap untuk menuju kampung smart adalah pada kesiapan untuk *going global* pada dimensi *smart economy (II)*. Saat ini kelompok batik lebih fokus pada rutinitas untuk berkumpul dan berkomunikasi dalam upaya perkembangan bersama. Selain itu, kesiapan menangani pasar regional mungkin bisa menjadi target jangka pendek. Untuk kesiapan *going global* memerlukan pengalaman yang cukup serta kemantapan dari kelompok batik beserta pemerintah daerahnya. Target *going global* bisa dijadikan tujuan jangka panjang 5-10 tahun kedepan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini merupakan bagian dari penelitian dan pengabdian masyarakat yang merupakan kerjasama Fakultas Arsitektur dan Desain Universitas Kristen Duta Wacana dengan Komunitas Persatuan Batik Tulis Langensari (PBTLIS), serta warga di wilayah Kelurahan Klitren, terutama warga di sekitar Embung Langensari. Pendanaan penelitian dilaksanakan melalui Penelitian Swakelola Jaringan Penelitian Bappeda Kota Yogyakarta dan LPPM UKDW.

DAFTAR PUSTAKA

Batty, M., Axhausen, K., Fosca, G., Pozdnoukhov, A., Bazzani, A., Wachowicz, M., Ouzounis, G., dan Portugali, Y. 2012. *Smart Cities of the Future. University College London Working Papers Series. UCL Centre For Advanced Spatial Analysis. ISSN 1467-1298*

Giffinger, R. et al. 2007. *Smart Cities: Ranking of European Medium-Sized Cities. Centre of Regional Science (SRF), Vienna University of Technology, Vienna, Austria.*

- Hausler, N. dan Strasdas, W. 2002. *Training Manual for Community Based Tourism. Germany: Inwent.*
- MacCannell. 1976. *Tourist: A New Theory of the Leisure Class. London and Basingstoke: MacMillan.*
- Madakkam, S. and Ramaswamy, R. 2014. *Smart Cities - Six Dimensions. Proceeding of the International Conference on Advances in Computing and Information Technology - ACIT 2014. Institute of Research Engineers and Doctors. ISBN: 978-981-07-8859-9 doi: 10.3850/978-981-07-8859-9_09*
- Monzon A. (2015). *Smart Cities Concept and Challenges: Bases for the Assessment of Smart City Projects.* In: Helfert M., Krempels KH., Klein C., Donellan B., Guiskhin O. (eds) *Smart Cities, Green Technologies, and Intelligent Transport Systems. SMARTGREENS 2015, VEHITS 2015. Communications in Computer and Information Science, vol 579. Springer, Cham. DOI 10.1007/978-3-319-27753-0_2.*

Tabel 2. Hasil Analisis

	I. Dimensi Kecerdasan Lingkungan (<i>smart living</i>)	Kesiapan (<i>smart living</i>)	II. Dimensi Kecerdasan Ekonomi (<i>smart economy</i>)	Kesiapan (<i>smart economy</i>)
1.	Terdapatnya aktifitas dan fasilitas budaya	Perlu perhatian	Semangat untuk berinovasi	Siap
2.	Kondisi kesehatan lingkungan	Siap	Semangat wirausaha/ enterprenership	Siap
3.	Tingkat kenyamanan tiap individu	Siap	Identitas ekonomi dan ciri kelokalan	Siap
4.	Kualitas rumah yang layak	Tidak diamati	Produktivitas warganya	Siap
5.	Fasilitas Pendidikan yang memadai	Tidak diamati	Fleksibilitas para pekerjanya	Siap
6.	Menarik bagi turis/pengunjung	Siap	Semangat untuk "going global"	Belum siap
7.	Kehidupan sosial masyarakatnya yang harmonis	Siap	Kesiapan untuk berkembang	Siap

- Nurhayati. 2005. *Perencanaan Pengembangan Pariwisata*. Rineka. Jakarta.
- Smith dan Duffy. 2003. *The Ethics of Tourism (2nd ed.)*. London: Sage
- Tiberghien, G., Garkavenko, V., Ashirbekova, M. 2013. *Authenticity and Eco-Cultural Tourism Development in Kazakhstan: A Country Branding Approach*. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation (EJTHR)*. Vol. 4, Issue 1, pp. 29-43, 2013. Polytechnic Institute of Leiria. Printed in Portugal.
- Wallace dan Russel. 2004. *Eco-cultural tourism as a means for the sustainable development of culturally marginal and environmentally sensitive regions*. New Delhi: Sage.
