



# SHOWROOM BATIK DI KAMPOENG BATIK LAWEYAN RESPON MASYARAKAT TERHADAP PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KAWASAN CAGAR BUDAYA

**Rr. Erna Sadiarti Budiningtyas**

Alumni Magister Kajian Pariwisata  
Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada

## *Abstract*

*Kampoeng Batik Laweyan is a heritage area in Surakarta which has not only tangible but also intangible cultural heritage wealth. Worrying about the extinction of the cultural heritage has encouraged some local public figures to strive for conservation action. This conservation will not work without peoples participation. Therefore, they asked people in Kampoeng Laweyan to develop their home living to become a tourism spot. They thought that tourism development could increase peoples economical condition and make cultural heritage into tourism asset. Thus, the purpose of conservation and the increase people income will be attained. The objective of this study is to search people action in the heritage area in responding the tourism development by opening batik showrooms. This study uses ethnography method. Data collecting was done by literature, interviewing, observing, and documentation. The collecting data was explained analytic descriptively, in the way of reduction, classification, verification, and conclusion. The result of this study shows that people in Laweyan open showrooms in responding towards the tourism development as an effort to conserve the cultural preserve. Showrooms become the places to show batiks and handicrafts produced by people in Laweyan making use of their houses or building new ones. Showrooms as a tourism attraction in Kampoeng Batik Laweyan were divided into small, medium and large showrooms. Some of them combined showrooms with arts into art galleries. The threat towards the conservation happens due to heir falling, new arrivals and investors.*

## *Keywords:*

*Showroom, People's Responses, Tourism Development, Heritage Area*

## *Intisari*

*Kampoeng Batik Laweyan adalah satu kawasan cagar budaya di kota Surakarta yang memiliki kekayaan pusaka budaya baik yang tangible (bendawi) maupun intangible (non bendawi). Kekhawatiran akan hilangnya pusaka budaya telah mendorong sejumlah tokoh masyarakat setempat mengupayakan tindakan pelestarian. Akan tetapi tindakan pelestarian tidak akan berhasil tanpa peran serta masyarakat. Oleh karena itu diambillah suatu tindakan untuk mengembangkan kampoeng Laweyan menjadi tujuan wisata. Hal ini didasarkan pada pemikiran bahwa pengembangan pariwisata mampu meningkatkan perekonomian masyarakat dan menjadikan pusaka budaya sebagai aset pariwisata. Dengan demikian akan tercapai tujuan pelestarian sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Penelitian ini bertujuan untuk melihat tindakan masyarakat di kawasan cagar budaya dalam merespon pengembangan pariwisata dengan membuka showroom batik. Metode etnografi digunakan dalam penelitian ini.*

Pengumpulan data dilakukan dengan kepustakaan, wawancara, pengamatan dan dokumentasi. Data yang diperoleh dipaparkan secara deskriptif analitis dengan cara direduksi, diklasifikasikan, verifikasi untuk kemudian ditarik menjadi kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat Laweyan membuka *showroom* sebagai respon terhadap pengembangan pariwisata sebagai upaya pelestarian kawasan cagar budaya. *Showroom* menjadi tempat untuk memajang batik dan hasil kerajinan masyarakat setempat dengan memanfaatkan rumah tinggal atau membangun baru. *Showroom* sebagai atraksi wisata di *kampoeng* batik Laweyan terbagi menjadi *showroom* kecil, sedang dan besar. Beberapa di antaranya memadukan *showroom* dengan karya seni sehingga menjadi galeri batik. Ancaman terhadap pelestarian terjadi karena pewarisan, pendatang baru dan investor.

**Kata kunci:**

*Showroom, Respon Masyarakat, Pengembangan Pariwisata, Kawasan Cagar Budaya.*

## PENDAHULUAN

Pariwisata memiliki arti sosial ekonomi yang besar bagi masyarakat. Hal ini diakui oleh banyak negara baik negara maju maupun negara berkembang, termasuk Indonesia. Ada optimisme yang besar bahwa pariwisata sebagai *agent of change* yang kuat akan membantu laju pertumbuhan sosial ekonomi masyarakat ke tingkat yang lebih baik.

Harapan tersebut didasarkan pada kenyataan bahwa peluang kerja dan peluang berusaha pada sektor pariwisata terbuka sangat lebar (Cukier, 1996; Cukier, 2006). Peluang kerja dan berusaha dalam pariwisata menyangkut mata rantai yang sangat panjang. Peluang kerja tersebut tercipta di sektor formal maupun informal dengan tenaga terdidik maupun tidak terdidik secara khusus (Cukier, 1996).

Pengembangan pariwisata mengarah pada peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) maupun pemerataan pendapatan masyarakat. Oleh karena itu dikembangkanlah suatu model pengembangan pariwisata yang melibatkan masyarakat lokal yang disebut *Community based tourism* (Suansri, 2003).

Beranjak pada harapan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata, maka pemerintah kota Surakarta berusaha mengembangkan potensi yang dimilikinya. Kota yang menggunakan slogan Solo the Spirit of Java maupun Solo kota Budaya ini bergiat

dalam mengembangkan pariwisata. Salah satu potensi yang dikembangkan adalah *Kampoeng Batik Laweyan*.

*Kampoeng* Batik Laweyan adalah kota kuno di wilayah Surakarta yang berbatasan dengan kabupaten Sukoharjo. *Kampoeng* kuno ini telah ada sejak jaman kerajaan Pajang di tahun 1500-an. Menurut Mlayadipura (1984), Laweyan berasal dari kata *lawe*, yakni semacam benang sebagai bahan pembuat kain. Semasa kerajaan Pajang, Laweyan menjadi pusat perdagangan *lawe* dari daerah-daerah sekitarnya. Pada tahun 1546 seorang Kyai keturunan Raja Barawijaya dari Majapahit bernama Kyai Ageng Henis (Anis) atau Kyai Ageng Laweyan datang dan bertempat tinggal di *Kampoeng* ini serta mengajarkan ketrampilan membatik kepada masyarakat setempat. Kepandaian membatik masyarakat setempat berkembang hingga sekitar tahun 1920-an, Laweyan menjadi pusat perdagangan batik dan memunculkan saudagar-saudagar batik yang kaya raya (Soedarmono, 2006). Para saudagar tersebut membangun rumah-rumah besar yang berorientasi kraton dengan dikelilingi tembok tinggi. Karakteristik *Kampoeng* Batik Laweyan menunjukkan sebagai pemukiman kuno (Priyatmono, 2004). Namun dengan kekayaannya, kraton menganggap saudagar-saudagar tersebut tidak lebih dari rakyat kebanyakan. Hal ini menyebabkan masyarakat Laweyan menjadi masyarakat yang eksklusif dan menempatkan dirinya berbeda

dari masyarakat lain (Soedarmono, 2006; Hastuti, 2009).

Ketika dikenal teknik batik cap dan printing, maka banyak pengusaha batik Laweyan yang gulung tikar. Hanya beberapa pengusaha yang masih dapat bertahan. Keadaan tersebut mendorong masyarakat Laweyan untuk terbuka terhadap orang luar. Selain menerima kedatangan orang luar, anak-anak Laweyan mulai di sekolahkan ke luar daerah. Sikap keterbukaan inilah yang memudahkan masyarakat Laweyan menerima pengembangan pariwisata di Laweyan. Ketika *Kampoeng* Batik Laweyan dicanangkan sebagai tujuan wisata, maka masyarakat merespon pengembangan tersebut. Salah satu respon tersebut adalah dibukanya *showroom* batik.

Pertumbuhan *showroom* batik di *Kampoeng* Batik Laweyan menjadi fokus dalam penelitian ini. Terutama kaitannya dengan pemanfaatan bangunan rumah di kawasan cagar budaya Laweyan menjadi *showroom*. Penelitian ini mencoba menjawab pertanyaan terhadap pemanfaatan bangunan menjadi *showroom*, tindakan yang sudah dilakukan pemilik bangunan dalam menjaga kelestariannya serta alasan memilih membuka *showroom* sebagai respon terhadap pengembangan pariwisata.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode etnografi dengan pemaparan data secara deskriptif analitis. Pengumpulan data dilakukan melalui kepustakaan, pengamatan dan wawancara mendalam dengan informan. Pemilihan informan dengan teknik *purposive sampling*, yakni teknik menemukan informan berdasarkan tujuan penelitian (Iskandar, 2009). Proses analisis data dilakukan bersamaan dengan saat penelitian berlangsung. Analisis data diawali dengan mengumpulkan data di lapangan dengan wawancara menggunakan pedoman wawancara dan wawancara sambil lalu disertai pengamatan dan dokumentasi. Data kemudian disederhanakan (reduksi) dengan membuat rangkuman data yang diperoleh kemudian diklasifikasikan dan diverifikasi

sehingga dapat ditarik kesimpulan sesuai permasalahan yang dicari jawabnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Peran Pemerintah dan Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata di Kawasan Cagar Budaya

Pengembangan suatu daerah atau kawasan menjadi tujuan wisata tidak lepas dari peran pemerintah berupa dukungan kebijakan. Menurut de Kadt (2009), kebijakan pengembangan pariwisata pada awalnya dimaksudkan bagi pertumbuhan ekonomi dengan kombinasi antara penguatan masyarakat dan keberlanjutan pengembangan agar dampak negatif dari kontak antara wisatawan dengan masyarakat setempat tidak merusak kondisi aslinya. Peran pemerintah dalam perencanaan kebijakan pengembangan kawasan cagar budaya sangat penting untuk tetap mempertahankan kelestarian cagar budaya.

Pemerintah kota Surakarta sangat memperhatikan pelestarian cagar budaya di kota Surakarta sekaligus dalam pengembangannya agar memberi manfaat bagi masyarakat setempat. Kebijakan tersebut tertuang dalam RPJMD Surakarta 2005-2025 dan RPJPD Surakarta tahun 2010-2015. Pengembangan *Kampoeng* Batik Laweyan menjadi tujuan wisata tidak lepas dari dukungan pemerintah pusat. Keterlibatan pemerintah antara lain dari Disperindag, DPU, BI Departemen Koperasi maupun dari pemerintah daerah melalui dana *block grand*. Berbagai fasilitas umum yang mendukung keindahan dan kerapian seperti furnitur jalan, papan petunjuk lokasi, Instalasi Pengolahan Limbah Industri (IPAL) dan pemetaan menjadi salah satu bentuk peran pemerintah di *Kampoeng* Laweyan.

Peran pemerintah dalam pengembangan pariwisata, terlebih pariwisata *heritage* harus diimbangi keterlibatan masyarakat. Menurut Syahrie (2010), keterlibatan masyarakat akan menumbuhkan rasa memiliki sehingga keles-

tarian cagar budaya dapat terjaga. Hal ini sesuai dengan pernyataan Suansri (2003) bahwa salah satu manfaat pengembangan pariwisata berbasis masyarakat adalah pelestarian lingkungan. Keterlibatan masyarakat Laweyan dalam mengembangkan pariwisata di daerahnya akan menumbuhkan rasa memiliki sehingga ikut serta dalam melestarikan warisan budaya yang dimiliki.

### Awal Pengembangan Pariwisata di Laweyan

Laweyan memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi tujuan wisata. Berdasarkan pemikiran Smith (1998) tentang 4 Hs yakni *habitat, history, heritage* dan *handycraft*, maka Laweyan memiliki keempat unsur tersebut. *Kampoeng* Batik Laweyan adalah pemukiman kuno dengan karakteristik bangunan besar yang dibatasi tembok tinggi sebagai benteng dan jalan serta gang-gang sempit (Priyatmono, 2004). Unsur *history* adalah bahwa *Kampoeng* Batik Laweyan memiliki jalinan sejarah dengan perkembangan kerajaan-kerajaan Islam di Jawa Tengah, terutama Pajang, Demak dan Mataram. Unsur *heritage* yang dimiliki *Kampoeng* Batik Laweyan adalah kepandaian membatik dipadu dengan kehidupan masyarakat yang eksklusif. Unsur *handycraft* adalah hasil karya berupa kain batik maupun kerajinan batik.

Kekhawatiran akan hilangnya pusaka budaya yang dimiliki masyarakat Laweyan telah mendorong Naniek Widayati dan beberapa tokoh masyarakat mencari cara untuk melestarikan pusaka budaya. Atas dasar kekhawatiran akan hilangnya pusaka budaya tersebut, maka diupayakan tindakan pelestarian dengan menyentuh aspek ekonomi agar masyarakat turut serta dalam tindakan pelestarian. Pengembangan pariwisata dianggap cara yang paling tepat agar masyarakat turut serta dalam pelestarian pusaka budaya. Pendekatan ekonomi kreatif menjadi dasar pengembangan *Kampoeng* Batik Laweyan. Pada tanggal 25 September 2004, *Kampoeng* Batik Laweyan dicanangkan sebagai tujuan wisata.

Ketika Laweyan dicanangkan menjadi tujuan wisata, maka *Kampoeng* Batik Laweyan diajukan pula ke Balai Pelestarian Peninggalan Purbakala (BP3) Jawa Tengah agar ditinjau kelayakannya menjadi kawasan cagar budaya. Setelah sekian lama, pada tahun 2010, *Kampoeng* Batik Laweyan resmi dinyatakan sebagai kawasan cagar budaya berdasarkan Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata No. PM.03/PW.007/MKP/2010 tentang benda cagar budaya, situs atau kawasan cagar budaya yang dilindungi UU No. 5 tahun 1992 yang kemudian diperbaharui dengan UU No. 11 tahun 2010. Penelitian ini mencoba melihat respon masyarakat terhadap pengembangan pariwisata di kawasan cagar budaya dengan lokasi *Kampoeng* Batik Laweyan, Surakarta.

### Respon Masyarakat terhadap Pengembangan Pariwisata di Laweyan

Pengembangan *Kampoeng* Batik Laweyan menjadi tujuan wisata memunculkan respon masyarakat. Respon yang muncul berupa penolakan maupun penerimaan. Penolakan (resistensi) tersebut terjadi karena sikap pesimis terhadap pengembangan pariwisata dan pandangan bahwa tanpa dikembangkan sekalipun usaha batik Laweyan telah memiliki pasar. Dengan pendekatan yang dilakukan beberapa tokoh masyarakat, maka penolakan tersebut berubah menjadi dukungan, terlebih ketika pengembangan pariwisata telah dirasakan manfaatnya.

Respon atau tanggapan masyarakat Laweyan meliputi respon kelembagaan yakni dengan berdirinya FPKBL (Forum Pengembangan *Kampoeng* Batik Laweyan) dan respon perorangan yang berupa respon ekonomi. Ahimsa-Putra (2011) menyatakan bahwa respon ekonomi muncul sebagai aktivitas masyarakat dalam menangkap peluang usaha dari sektor pariwisata. Demikian juga yang terjadi dengan aktivitas sejumlah warga masyarakat Laweyan yang menangkap peluang usaha tersebut. Adapun respon ekonomi masyarakat *Kampoeng* Batik Laweyan adalah:

- 1) Agen Perjalanan  
Terdapat 2 agen perjalanan wisata di *Kampoeng* Batik Laweyan yang menjadi penyedia layanan perjalanan wisata.
- 2) Akomodasi  
Terdapat 2 usaha akomodasi yang terdiri dari 1 hotel kelas melati tiga yang memiliki 7 kamar VIP, 7 kamar AC dan 10 kamar non AC. Selain itu terdapat sebuah *homestay* yang memiliki 2 kamar yang disewakan bagi orang yang memerlukan penginapan dengan harga murah untuk waktu yang agak lama.
- 3) Kuliner  
Usaha kuliner *ledre ketan* dan *apem* semakin berkembang setelah Laweyan menjadi tujuan wisata, baik dari variasi rasa maupun peningkatan omzet. Muncul pula warung-warung makan semi permanen yang menggunakan *gerobag* bantuan pemerintah kota melalui *block grand* dan *cafe*.

maupun berupa kelas kursus. *Workshop* tersebut dikelola oleh FPKBL maupun masing-masing *showroom*.

- 8) Perparkiran  
Munculnya kebutuhan pengatur kendaraan yang parkir dan membantu menjaga keamanannya memunculkan usaha perparkiran.

### **Showroom sebagai Respon Masyarakat**

#### **1. Pertumbuhan Showroom Batik**

Sebelum *Kampoeng* Batik Laweyan dikembangkan menjadi tujuan wisata, hanya terdapat 1 *showroom* batik yaitu milik batik Merak Manis. *Showroom* batik milik batik Merak Manis tersebut belum layak disebut *showroom* sebab hanya berupa ruangan kecil berukuran 3x3 yang berfungsi sebagai tempat penyimpanan batik dan menunjukkan contoh bagi calon pembeli yang datang.

**Tabel 1.** Jumlah Showroom di *Kampoeng* Batik Laweyan

Tahun	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Jumlah Showroom	3	5	8	13	38	56	67	71	81

Sumber: FPKBI, 2012

- 4) Pemandu Wisata/*Guide*  
*Guide* yang sering ditemui di *Kampoeng* Batik Laweyan adalah *guide* komisi. Besaran komisi tersebut berkisar antara 10% - 30 %.
- 5) Transportasi  
Becak adalah alat transportasi tradisional yang biasa mangkal di *Kampoeng* Batik Laweyan dan pernah dikoordinir FPKBL yang ditandai dengan gambar batik dan bertuliskan *Kampoeng* Batik Laweyan.
- 6) Kerajinan tangan  
Kerajinan tangan berbahan batik adalah perkembangan terhadap permintaan wisatawan atau calon pembeli sekaligus memanfaatkan limbah kain.
- 7) *Workshop* Batik  
*Workshop* batik tersebut disajikan dalam bentuk pembelajaran batik secara sederhana

Setelah dikembangkan menjadi tujuan wisata pada tahun 2004, maka mulai bermunculan *showroom* batik lain yakni, Batik Puspa Kencana dan Batik Gres Tenan. Pertumbuhan *showroom* batik secara pesat terjadi pada tahun 2008. *Showroom* yang dimaksud adalah ruang pameran untuk meletakkan dagangan berupa batik dengan penataan dan perlengkapan yang mendukung kenyamanan calon pembeli. Tabel berikut ini menunjukkan peningkatan jumlah *showroom* batik di *Kampoeng* Batik Laweyan.

Pesatnya pertumbuhan *showroom* batik seiring dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke *Kampoeng* Batik Laweyan. Tabel berikut ini menunjukkan peningkatan wisatawan yang berkunjung ke *Kampoeng* Batik Laweyan. Sebelum tahun 2007-2008, belum banyak wisatawan yang datang. Namun setelah tahun 2007, tampak peningkatan jumlah wisatawan

yang datang. Tampaknya hal ini memicu warga masyarakat Laweyan untuk membuka *showroom* batik sebagaimana warga lain yang telah memiliki *showroom* batik.

maka *image* tersebut harus diubah. Sebagai tujuan wisata, maka *Kampong* Laweyan harus menerima kedatangan wisatawan dari berbagai kalangan yang berbeda, baik status maupun kelas

Tabel 2. Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kampong Batik Laweyan

Tahun	2004	2005	2006	2007	2008	Jumlah Total
Jumlah Pengunjung	7.920	23.040	47.520	73.440	128.520	280.440

Sumber: FPKBI, 2012

### Alasan memilih *Showroom* batik sebagai Respon terhadap Pengembangan Pariwisata

Alasan masyarakat membuka *showroom* batik sebagai respon terhadap pengembangan pariwisata karena *Kampong* Batik Laweyan memiliki batik sebagai komoditi masyarakat. Sejak dulu, Laweyan telah dikenal sebagai penghasil batik berkualitas, maka tepatlah bila batik tersebut kemudian dipajang dan ditawarkan dalam *showroom*. Selain akan tampak lebih rapi, *showroom* batik akan meningkatkan nilai jual. Terlebih dengan dikembangkannya *showroom* batik menjadi galeri batik, sebab batik bukan sekedar komoditi tetapi juga merupakan karya seni. Sesuai namanya, galeri batik menawarkan batik yang eksklusif dengan nilai estetika yang lebih tinggi sehingga mampu meningkatkan harga jual batik.

Adanya dukungan pemerintah terhadap pengembangan pariwisata di *Kampong* Batik Laweyan menjadi alasan lain warga masyarakat untuk membuka *showroom*. Dukungan pemerintah tersebut berupa pendanaan terhadap penataan lingkungan, renovasi rumah yang termasuk cagar budaya, bantuan pinjaman modal usaha dan pelatihan-pelatihan.

### Promosi Pengembangan *Kampong* Batik Laweyan sebagai Tujuan Wisata

Dalam pengembangan suatu daerah menjadi tujuan wisata, maka promosi memiliki peran yang sangat penting untuk merubah *image* daerah tersebut. *Kampong* Laweyan dikenal sebagai pemukiman eksklusif yang tertutup bagi pihak luar. Setelah menjadi tujuan wisata,

sosialnya. Oleh karena itu diperlukan promosi agar masyarakat luas mengenal *Kampong* Batik Laweyan sebagai tujuan wisata. Langkah penting yang telah diambil dalam mempromosikan *Kampong* Batik Laweyan sebagai tujuan wisata adalah dengan mengundang tamu-tamu penting. Hal ini telah dilakukan salah seorang tokoh yang sangat mendukung pengembangan *Kampong* Batik Laweyan. Nina Akbar Tanjung adalah salah satu tokoh penting yang berperan dalam mempromosikan Laweyan sebagai tujuan wisata. Langkah yang ditempuh adalah dengan mengundang tamu-tamu penting datang ke Laweyan pada saat perayaan ulang tahun Yayasan Warna Warni yang diketuainya sekitar bulan Mei tahun 2005. Saat itulah Nina mendorong para juragan batik untuk mulai membuka *showroom* batik sekalipun dalam keadaan yang terbatas.

Mulai saat itulah masyarakat luas mulai mengenal *Kampong* Batik Laweyan sebagai tujuan wisata. *Image* sebagai masyarakat yang eksklusif dan tertutup bagi pihak luar telah berubah menjadi keterbukaan dalam menerima pihak luar. Kedatangan wisatawan atau orang-orang yang ingin membeli batik semakin meningkat sehingga *showroom* semakin berkembang dan semakin banyak warga masyarakat yang merespon dengan membuka *showroom* batik. Saat ini *showroom* batik tersebut tersebar di beberapa tempat di *Kampong* Batik Laweyan sebagaimana tampak dalam gambar berikut ini. Berdasarkan gambar tersebut tampak persebaran *showroom* di *Kampong* Batik Laweyan. *Showroom* tersebut tersebar hampir di seluruh *kampong* baik yang terletak di

jalan utama *Kampoeng* Laweyan maupun yang berada di gang-gang sempit. Namun *showroom* terbanyak berada di bagian tengah antara jalan Nitik dengan jalan Tiga Negeri. Hal ini dimungkinkan karena akses yang lebih mudah untuk mencapainya dan banyak pengusaha batik yang memiliki rumah atau lahan di tempat ini sehingga memudahkan dalam membuka *showroom* batik.

**Letak Showroom**

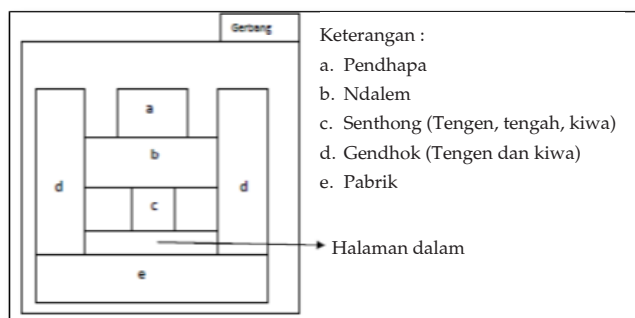
Bagi pemilik *showroom* yang berasal dari warga masyarakat Laweyan asli dan memiliki bangunan rumah kuno, maka rumah tempat tinggal dimanfaatkan menjadi *showroom* dengan memanfaatkan ruang yang ada. Pada umumnya, ruang yang dimanfaatkan sebagai *showroom* adalah *pendhapa* dan *ndalem*. *Pendhapa* dan *ndalem* dimanfaatkan karena ruangan tersebut adalah bagian yang luas dan memadai untuk dijadikan *showroom*. *Senthong* tengah yang semula adalah *pedaringan* atau *petanen* yang semula bersifat sakral telah dimanfaatkan sebagai ruang penyimpanan. Beberapa rumah tetap memanfaatkan *senthong kiwa* dan *senthong tengen* sebagai ruang tidur. Beberapa rumah lain menjadikannya sebagai ruang penyimpanan. Hal ini dilakukan karena letak *senthong* dekat dengan *pendhapa* dan *ndalem* sehingga mempermudah untuk mengambil batik. *Gandhok* dimanfaatkan untuk penyimpanan batik, atraksi membuat batik tulis atau tetap untuk kamar. Namun ada juga yang menggunakan bagian *gandhok* karena rumahnya telah terpotong-potong akibat pembagian warisan dalam keluarga. Ada pula rumah yang terpotong tepat di bagian tengah *pendhapa*, sehingga *pendhapa* terbagi menjadi dua. Bila demikian keadaannya, maka bagian *pendhapa* inilah yang dijadikan *showroom* batik ditambah dengan bagian *ndalem*. *Showroom* bangunan baru pada umumnya diletakkan di bagian depan berbatasan dengan bagian depan,

yakni bagian halaman yang berbatasan dengan dinding pembatas pekarangan. Tembok yang menjadi pembatas dengan jalan berubah fungsi menjadi bagian depan *showroom*. Tembok pembatas diubah atau dihilangkan sehingga menjadi etalase batik. Dengan demikian tembok yang semula menjadi pengaman berubah dan difungsikan menjadi etalase sehingga berfungsi ekonomi. Tabel 3 berikut ini menunjukkan letak dan perubahan fungsi ruangan bangunan rumah.

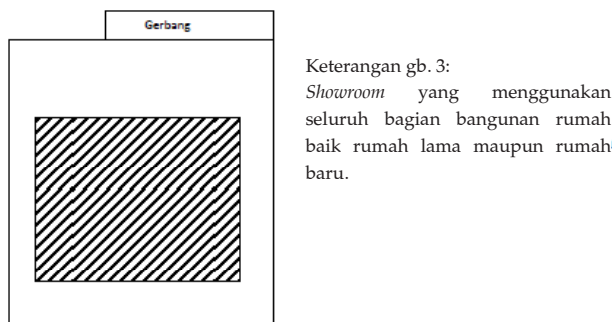
**Tabel 3.** Letak Showroom dan Perubahan Fungsi Ruangan

No.	Bagian	Letak	Fungsi Awal	Fungsi Sekarang
1	Pendhapa	Depan	Sosial	Sosial dan Ekonomi
2	Ndalem	Tengah	Pribadi	Sosial dan Ekonomi
3	Gandhok	Samping	Sosial	Sosial dan Ekonomi
4	Senthong	Dalam	Sakral	Ekonomi
5	Halaman	Depan	Pengaman/ Sosial	Sosial dan Ekonomi

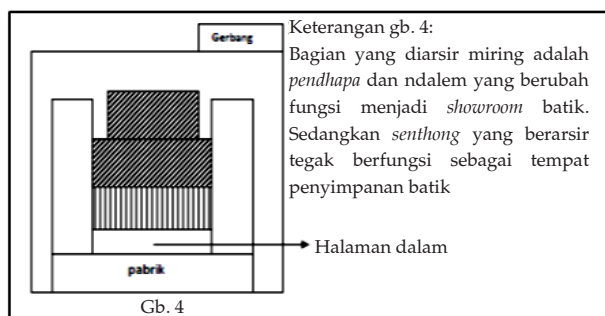
Berdasarkan tabel tersebut, maka terlihat bahwa keberadaan *showroom* batik di *Kampoeng* Batik Laweyan yang memanfaatkan rumah maupun *space* yang ada telah membawa perubahan terhadap nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat setempat. Nilai-nilai tersebut berupa pandangan dan fungsi ruangan yang dipakai menjadi *showroom*. Rumah yang semula melambangkan status sosial pemiliknya dan tertutup menjadi terbuka dan menerima kedatangan tamu atau wisatawan dari berbagai kelas dan status sosial. Perubahan tersebut bukanlah hal yang mudah bagi masyarakat Laweyan. Perlu proses yang panjang untuk dapat menerima perubahan tersebut. Gambar berikut ini adalah denah rumah tradisional asli Laweyan dan pola letak *showroom* batik di *Kampoeng* Batik Laweyan.



Gambar 1.



Gambar 2.



Gambar 3.

Sedangkan denah berikut ini menunjukkan pola *showroom* batik yang menggunakan rumah yang terpotong sebagai akibat pewarisan dan juga yang menggunakan bangunan baru atau yang memanfaatkan lahan yang terbuka yang berhimpitan dengan dinding pembatas yang menjadi karakteristik *Kampoeng Laweyan*. Gambar denah tersebut di atas memberikan gambaran pola-pola *showroom* batik di *Kampoeng Batik Laweyan*. Bagian yang diarsir adalah ruangan yang menjadi *showroom*. Dari gambar tersebut jelas terlihat bahwa pada umumnya *showroom* diletakkan di bagian depan rumah

sementara tempat pribadi berada di bagian belakang. Dengan demikian telah terjadi pergeseran bahwa rumah sebagai area pribadi lebih difungsikan menjadi *showroom* karena bernilai ekonomi.

### 5. Klasifikasi *Showroom* Batik

*Showroom* batik di *Kampoeng Batik Laweyan* diklasifikasikan menjadi 3 kelompok yakni besar, menengah dan kecil. Kriteria tersebut didasarkan pada besar ruangan yang dipergunakan sebagai *showroom*, perlengkapan, variasi jenis dagangan dan kisaran harga dagangan. Sekalipun sebagian besar *showroom* memanfaatkan ruang dalam rumah, namun dari penataan dan jenis barang dagangan menunjukkan bahwa *showroom* batik tersebut memadai disebut sebagai *showroom*. *Showroom* batik di *Kampoeng Laweyan* dilengkapi dengan rak gantung berderet, lemari kaca penyimpanan, manekin (boneka pajang), rak susun maupun *sampiran* kain dan ruang ganti. Tabel berikut ini menunjukkan jumlah *showroom* berdasarkan klasifikasi tersebut.

Tabel 4. Klasifikasi *Showroom* Batik di *Kampoeng Batik Laweyan*

No	Klasifikasi	Jumlah
1	Besar	5
2	Menengah	32
3	Kecil	39

Sumber: FPKBI, 2012

Pengembangan *Kampoeng Batik Laweyan* menjadi tujuan wisata dan keberadaan *showroom* batik telah merubah *image* Laweyan sebagai tempat *kulakan*1 menjadi Laweyan sebagai tujuan wisata belanja. Sebelum dikembangkan menjadi tujuan wisata, aktivitas jual beli yang berlangsung lebih banyak terjadi antara pedagang/juragan batik dengan *bakul* (pedagang) yang *kulakan* maupun menyeter ke pasar Klewer atau mengirim ke daerah lain. Namun dengan pengembangan pariwisata tersebut, aktivitas jual beli bertambah dengan kedatangan wisatawan yang datang untuk



melihat-lihat dan membeli batik untuk dikenakan sendiri atau untuk buah tangan dengan membeli langsung di Laweyan. Tidak jarang wisatawan yang datang berkunjung diantar oleh pihak agen perjalanan atau pihak hotel tempat tamu menginap. Dengan demikian tampak bahwa *Kampoeng* Batik Laweyan tidak lagi sekedar sebagai tempat *kulakan*, tetapi telah menjadi tujuan wisata belanja.

**Showroom sebagai Atraksi Wisata dan Tantangan terhadap Pelestarian Kawasan Cagar Budaya**

**1. Showroom sebagai Atraksi Wisata**

Tujuan utama pengembangan pariwisata adalah kedatangan wisatawan ke tempat yang dikembangkan tersebut. Begitu juga halnya dengan *Kampoeng* Batik Laweyan. Sebagai daerah yang dikembangkan menjadi tujuan wisata, maka harus memiliki atraksi wisata yang mampu menarik wisatawan datang ke *Kampoeng* Batik Laweyan. Atraksi yang nyata dimiliki *kampoeng* ini adalah batik, baik batik tulis, cap maupun printing. Oleh sebab itu perlu adanya tempat untuk ruang pajang yang menjadi tempat untuk menawarkan hasil karya tersebut. Ketika Laweyan dikembangkan menjadi tujuan wisata, maka diperlukan *showroom* sebagai ruang pameran untuk menawarkan hasil karya tersebut. Tabel 3 berikut ini menunjukkan kekuatan *showroom* sebagai atraksi wisata di *Kampoeng* Batik Laweyan.

**Tabel 5.** Showroom batik sebagai Atraksi Wisata

No	Aktifitas	
1	Dilihat	Bangunan yang dijadikan showroom
		Produksi /Pembuatan Batik
		Batik
2	Dilakukan	Workshop Batik
		Menikmati Lingkungan Lawean
3	Dibeli	Produksi Batik
		Kerajinan Batik

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat diketahui bahwa *showroom* mampu memberikan

atraksi yang menarik sebagaimana disampaikan Pendit (2003) bahwa ada yang dilihat, dilakukan dan dibeli. Bangunan *showroom* dengan interior-nya, cara produksi batik dan motif batik adalah hal yang dapat dilihat dari *showroom*. sedangkan *workshop* batik dan berjalan-jalan di sekitar *showroom* adalah hal yang dapat dilakukan. Barang yang dapat dibeli adalah produk batik dan kerajinan dari batik.

**2. Showroom dan Tantangan terhadap Pelestarian Kawasan Cagar Budaya**

Selain sebagai tujuan wisata, *Kampoeng* Batik Laweyan adalah kawasan cagar budaya yang dilindungi Undang-undang. Sekalipun gagasan awal pengembangan pariwisata *Kampoeng* Batik Laweyan adalah pelestarian pusaka budaya, tetapi dengan maraknya pertumbuhan *showroom* batik dapat mengancam kelestarian pusaka budaya.

**Pendatang Baru**

Perubahan fungsi ruangan bangunan rumah di Laweyan merupakan salah satu bentuk perubahan yang terjadi. Perubahan tersebut terjadi karena masyarakat merespon pengembangan pariwisata dengan membuka *showroom*. Beberapa *showroom* merupakan bangunan baru yang dibangun di halaman rumah dengan merubah dinding pagar sebagai bagian dinding *showroom*. Hal ini menjadi ancaman terhadap pelestarian karena akan merubah keaslian lingkungan fisik Laweyan. Banyaknya pendatang baru dalam usaha batik di Laweyan maupun yang membuka *showroom* menjadi kekuatiran pihak-pihak yang berupaya menjaga keaslian Laweyan. Menurut istilah seorang informan adalah munculnya „pemain baru,,. Tidak adanya ikatan sejarah dengan Laweyan membuat para pemain baru tersebut menjadi ancaman bagi pelestarian pusaka budaya sebab akan dengan mudah merubah keaslian lingkungan. **Pewarisan** Ancaman lain adalah adanya pembagian warisan bagi anggota keluarga. Pembagian warisan dapat menjadi

ancaman karena rumah yang semula luas dan besar akan dibagi-bagi sesuai jumlah ahli waris. Semakin banyak ahli waris, maka pembagian akan semakin banyak. Hal ini menyebabkan rumah-rumah di *Kampoeng* Batik Laweyan terpotong-potong. Saat ini cukup banyak rumah di Laweyan yang sudah terpotong karena pewarisan tersebut. Rumah yang terpotong karena pembagian warisan ini dapat merubah wajah Laweyan sehingga akan menghilangkan keaslian karakteristik *Kampoeng* Batik Laweyan.

**Investor** Keunikan *Kampoeng* Batik Laweyan yang merupakan perpaduan sebagai tujuan pariwisata dan kawasan cagar budaya yang memiliki karakteristik sebagai daerah pengrajin batik dan pemukiman kuno telah menarik beberapa investor ke kawasan ini. Kehadiran investor dapat menjadi ancaman bagi pelestarian kawasan *Kampoeng* Batik Laweyan jika investor memanfaatkan bangunan tidak sesuai dengan UU No. 5 tahun 1992 yang diperbaharui dengan UU No. 11 Th. 2010 tentang perlindungan cagar budaya. Pembangunan tersebut juga harus mengikuti aturan Rencana Tata Bangun Lingkungan (RTBL) yang telah dibuat Pemerintah Kotamadya Surakarta.

## KESIMPULAN

Pengembangan *Kampoeng* Batik Laweyan menjadi tujuan wisata didasari dari keprihatinan terhadap kelestarian warisan budaya. Atas dasar keprihatinan tersebut, maka perlu adanya tindakan pelestarian. Namun tindakan pelestarian tidak akan berhasil baik jika hanya didasarkan pada pelestarian. Oleh karena itu perlu adanya daya dukung yang dapat mendorong masyarakat melakukan tindakan pelestarian. Pendekatan ekonomi dipandang sebagai cara yang tepat agar masyarakat mau melakukan tindakan pelestarian. Pariwisata dipandang sebagai cara yang paling tepat agar masyarakat mendapatkan keuntungan ekonomi sekaligus mempertahankan kelestarian warisan budaya. Peluang kerja dan berusaha yang

terbuka sangat luas dalam sektor pariwisata mendorong masyarakat mengembangkan usaha dalam sektor pariwisata. Salah satunya adalah *showroom* batik yang banyak berkembang di *Kampoeng* Batik Laweyan. Keberadaan *showroom* batik menjadi sarana pertemuan antara calon pembeli atau wisatawan dengan pedagang atau karyawan. Semenjak dinyatakan sebagai tujuan wisata, terjadi perubahan dalam beberapa aspek baik fisik, ekonomi dan sosial budaya. Perubahan fisik yang terjadi mempengaruhi pola-pola yang terbentuk dalam masyarakat dan merubah nilai-nilai yang ada. Bangunan yang dimanfaatkan oleh pemilik bangunan adalah bangunan rumah atau lahan/pekarangan terbuka di area rumah. Rumah yang dipergunakan pada umumnya menggunakan bagian *pendhapa*, *ndalem* atau *nggandhok*. *Pendhapa* dan *ndalem* dipergunakan karena bagian tersebut cukup luas dan berada di bagian depan. Bagian *sesthong* yang dulunya menjadi kamar tidur dan *pedaringan/ petanen*, beberapa telah berubah fungsi menjadi tempat penyimpanan batik karena lebih dekat dengan *showroom* sehingga memudahkan dalam mengambil barang dagangan. Area pribadi bergeser ke belakang atau ke samping. Hal ini menunjukkan bahwa rumah selain sebagai area pribadi juga menjadi bernilai ekonomi.

Beberapa *showroom* batik memanfaatkan lahan yang tersedia dengan membuat bangunan baru. Bangunan baru tersebut dibangun dengan membuka pagar pembatas di bagian depan sehingga merubah kondisi fisik Laweyan. Bagi warga masyarakat yang peduli terhadap keaslian kawasan Laweyan, hal ini sangat menguatirkan. Perlu adanya kesadaran bahwa karakteristik khas Laweyan merupakan aset dalam pariwisata. Warga masyarakat yang menyadari perlunya pelestarian kawasan cagar budaya, maka bangunan yang digunakan sebagai *showroom* batik tidak banyak mengalami perubahan. Perbaikan yang dilakukan tetap berpegang pada keaslian bangunan. Berikut ini gambar salah satu *showroom* batik yang meman-

faatkan bangunan rumahnya dengan tetap berusaha mempertahankan keasliannya.



Gambar 4.



Gambar 5.



Gambar 6.

Alasan warga membuka *showroom* batik karena *Kampoeng* Laweyan adalah *Kampoeng* Batik yang menghasilkan batik berkualitas. Selain itu, peran pemerintah yang memberikan dukungan terhadap pengembangan pariwisata di *Kampoeng* Batik Laweyan turut mendorong warga masyarakat untuk ambil bagian dalam pengembangan tersebut dengan membuka *showroom*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahimsa-Putra, H. S. 2011. "Pariwisata di Desa Brayut dan Respon Ekonominya: kasus Desa Brayut di Sleman Yogyakarta". Draft.
- Cukier, J. 1996. "Tourism employment in Bali: trends and implication", dalam R. Butler dan T. Hinch (ed), *Tourism and Indigenous Peoples*. London: International Thomson Business Press.
- de Kadt, E. 2009. "Tourism Policy Management After Structural Adjustment", dalam Wiendu Nuryanti (ed), *The Role of Heritage Tourism in Community Planning and Development*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Hastuti, D. L. 2009. *Interior Dalem pada Rumah Saudagar Batik Laweyan di Awal Abad ke-20 Kajian Estetika*. Surakarta: Tesis Program Pascasarjana Institut Seni Indonesia (ISI).
- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Gaung Persada.
- Mlayadipura, 1984, "Sejarah Kyai Ageng Anis – Kyai Ageng Laweyan": dalam Santoso dan Suwito (ed), *Urip-urip*. Surakarta: Museum Radya Pustaka.

- Pendit, Ny. S. 2003. *Ilmu Pariwisata: sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Priyatmono, A. F., 2004, *Peran Ruang Publik di Pemukiman Tradisional Kampung Laweyan Surakarta*. Yogyakarta: naskah publikasi tesis jurusan Arsitektur Universitas Gadjah Mada.
- Smith, V. L. 1996. "Indigenous Tourism: the four Hs", dalam R. Butler dan T. Hinch (ed), *Tourism and Indigenous Peoples*. London: International Thomson Business Press.
- Soedarmono, 2006, *Mbok Mase: Pengusaha Batik di Laweyan Solo Awal Abad 20*. Jakarta: Yayasan Warna Warni Indonesia.
- Suansri, P. 2003. *Community Based Tourism Handbook*. Thailand: REST Project.
- Syahrie, S. P. 2010. "Dilema Revitalisasi Pusaka Budaya: Kasus Pembangunan Braga City Walk di Kota Bandung", *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 3 (5), 245-246.
- Yoeti, O. A. 2006. *Tours and Travel Management*. Jakarta: Pradnya Paramita (cet. 7)