

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PEMBUATAN TEMA IKONIK, ACARA WISATA, DAN USAHA EKONOMI KREATIF

Haniek Listyorini¹, Nina Mistriani², Pranoto Hadi Prayitno³

^{1,2,3}S-1 Pariwisata, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata, Indonesia
hanilistyorini@yahoo.com¹, ninamistriani.stiepari@gmail.com², pranhp@yahoo.com³

ABSTRAK

Abstrak: Kampung Tematik yang dicanangkan oleh pemerintah kota Semarang tidak semuanya sukses diimplementasikan. Masalah yang dihadapi oleh kampung tematik Kelurahan Tegalsari, adalah belum adanya tema yang ikonik, rendah dukungan dan partisipasi, kurang pemberdayaan masyarakat serta minimnya dampak ekonomi. Kegiatan ini bertujuan untuk menyusun tema ikonik, meningkatkan kesadaran wisata, dukungan, partisipasi dan pemberdayaan masyarakat agar dampak ekonomi maksimal. Pengabdian dilaksanakan dalam 6 tahapan kegiatan, dengan cara sosialisasi, FGD, survey, praktik dan *workshop*. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan *soft-skill* berupa peningkatan kesadaran wisata masyarakat dari 15% menjadi 100%, peningkatan dukungan masyarakat dari 30% menjadi 100%, kemampuan warga menyusun Tema Ikonik “Cafe Batik Gesek Godhong”, dan kemampuan merencanakan acara wisata. Peningkatan *hard-skill* tercapai dari kesuksesan pelaksanaan acara wisata di era New Normal, dan kesuksesan UMKM lokal sebagai penyedia workshop ekonomi kreatif bagi wisatawan. Acara wisata dipandang sebagai cara sukses untuk meningkatkan dukungan, partisipasi, pemberdayaan masyarakat sekaligus dampak ekonomi bagi pelaku ekonomi kreatif dan masyarakat.

Kata Kunci: Pemberdayaan Masyarakat; Kampung Tematik; Tema Ikonik; Usaha Ekonomi Kreatif; Acara Wisata

Abstract: *Thematic Villages Program by the Semarang city government were not all successfully implemented. The problems faced by Tegalsari Village are the absence of an iconic theme, low support and participation, lack of community empowerment and minimal economic impact. This activity aims to help this village to develop iconic themes, increase tourism awareness, community support, participation and empowerment to maximize the economic impact. This community service is carried in 6 stages, by means of socialization, FGD, surveys, practical and workshops. The results show an increase in soft-skills in the form of increasing local tourism awareness from 15% to 100%, increasing community support from 30% to 100%, the ability of locals to compose the Iconic Theme "Cafe Batik Gesek Godhong", and to plan tourism event. Hard-skills were achieved from the successful tourism event using New Norm, and local small entrepreneurs' ability to provide creative economy workshops. Event has been seen as the successful way to increase support, participation, empowerment as well as economic impact for the community.*

Keywords: *Community Empowerment; Thematic Village; Iconic Theme, Creative Economy, Tourism Event*



Article History:

Received: 07-08-2021
Revised : 31-08-2021
Accepted: 03-09-2021
Online : 25-10-2021



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Kampung tematik merupakan salah satu inovasi Pemerintah Kota Semarang, Jawa Tengah untuk meningkatkan kualitas lingkungan rumah tinggal warga miskin dan prasarana dasar pemukiman. Sasaran program ini adalah perbaikan atau peningkatan kondisi lingkungan di sebagian wilayah kelurahan. Sasaran lainnya adalah untuk menumbuhkan partisipasi masyarakat secara aktif dan mengangkat potensi sosial dan ekonomi masyarakat setempat. Adanya kampung tematik diharapkan berdampak pada pertumbuhan dan peningkatan ekonomi lokal, sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan keluarga, mendukung munculnya *trademark* wilayah yang ikonik, serta pemberdayaan masyarakat. Dampak lain yang diinginkan adalah munculnya titik-titik kunjungan wisata baru di setiap kecamatan atau kelurahan sehingga tidak tersentral di tingkat Kota Semarang (<http://gerbanghebat.semarangkota.go.id>).

Kawasan RT05/RW06, Kelurahan Tegalsari, Candisari Semarang, adalah salah satu kelurahan yang dicanangkan pemerintah kota sebagai kampung tematik tahun 2021. Kampung ini memiliki potensi usaha rumah galeri King Batik Tulis dengan desain unik bertema daun dan salah satu cara membuatnya batiknya dengan cara di gesek sehingga disebut *gesek godhong*. Galeri ini telah menerima kunjungan tamu-tamu untuk memesan dan membeli batik. Akan tetapi keberadaan galeri King Batik Tulis dan kunjungan pembeli ini belum berdampak pada perubahan kondisi lingkungan pemukiman, serta pendapatan masyarakat sekitarnya. Hal ini menyebabkan masyarakat lokal enggan berpartisipasi dan kurang mendukung pencanangan kampung tematik tersebut. Permasalahan lain yang muncul adalah kampung ini belum memiliki *trademark* yang ikonik untuk dipasarkan sebagai kampung wisata. Masalah ini juga diperparah dengan merebaknya pandemi Covid-19 yang melarang adanya interaksi dalam kegiatan wisata. Sejak pandemi nyaris tidak ada wisatawan yang berkunjung ke kampung ini maupun ke galeri King Batik Tulis tersebut.

Untuk mendukung terwujudnya kampung tematik di era Pandemi Covid-19 ini, tim Pengabdian STIEPARI Semarang yang bermitra dengan King Batik Tulis dan pengurus RT 05/RW 06 mendapatkan Hibah PKM tahun 2021 dari Kementerian Riset dan teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional (RISTEKBRIN), untuk dipergunakan dalam melakukan pendampingan mengatasi masalah-masalah tersebut. Kegiatan pengabdian ini bertujuan membantu kampung menyusun Tema Ikonik (*Trademark*), meningkatkan dukungan dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan wisata, menyusun paket *event* wisata yang berdampak pada masyarakat sekitar, dan menginventarisasi pelaku usaha ekonomi kreatif yang ada untuk keberlanjutan daya tarik di kampung tersebut.

Selain itu, Tim juga membantu pemberlakuan *New Normal* bagi wisatawan, melalui penerapan *Cleanliness, Health, Safety and Environment Sustainability* (CHSE). Panduan penerapan CHSE sesuai Keputusan Menteri Kesehatan Nomor HK.01.07/Menkes/382/2020 tentang protokol Kesehatan bagi Masyarakat di tempat wisata dan fasilitas umum guna pencegahan sebaran *Virus Covid-19*. CHSE ini perlu diterapkan baik secara sosialisai, edukasi, simulasi, uji coba, demi meningkatkan keyakinan para pihak serta reputasi tempat wisata (Kemenparekraf, 2020).

Hasil penelitian dan pendampingan terhadap kampung tematik menunjukkan adanya kesuksesan dan kegagalan. Hasil penelitian yang menunjukkan adanya dampak pembangunan yang sangat positif, jika dilihat dari indikator *World Bank*, yaitu terpenuhinya kriteria pemukiman yang layak (Akbar, 2018). Sementara pembangunan kampung tematik berhasil meningkatkan partisipasi masyarakat sejak tahap perencanaan, pelaksanaan, pengawasan hingga evaluasi kegiatan. Dampaknya adalah masyarakat menjadi lebih mandiri dan tingkat kesejahteraan semakin meningkat (Syarifa dan Wijaya, 2019; Jauhari, 2018). Program kampung tematik dapat meningkatkan tendensi partisipasi masyarakat dalam inovasi dan pemberdayaan masyarakat, inovasi pengetahuan, partisipasi dalam inovasi perencanaan, penyediaan aktor pengetahuan dan program, serta partisipasi masyarakat dalam aktivitas pemberdayaan (Widiastuti & Yuwono, 2019).

Di sisi lain, program kampung tematik belum berdampak optimal karena belum terjadi pemerataan pendapatan, kekurangan aktor penggerak kegiatan, rendah motivasi masyarakat untuk menjalankan program secara swadaya, adanya keberagaman penilaian dan kemanfaatan yang dirasakan masyarakat, masyarakat masih belum merasakan manfaat secara ekonomi. Karena program yang ada masih cenderung ke edukasi dan ekosistem yaitu infrastruktur fisik, serta tidak menitikberatkan pemberdayaan masyarakat (Syarifa & Wijaya, 2019; Kinanti & Harsasto, 2019; Tamara, 2017; Martuti, Hidayah, & Sumaryanto, 2017).

Berdasarkan hasil-hasil penelitian di atas terkait faktor keberhasilan maupun kegagalan pengembangan kampung tematik, maka kegiatan pengabdian ini yang bertujuan mendampingi pembentukan kampung wisata diperlukan oleh masyarakat dan agar berjalan sukses, perlu dipastikan adanya partisipasi dan pemberdayaan masyarakat sejak perencanaan hingga implementasi, juga memastikan bahwa masyarakat merasakan manfaat secara ekonomi dari kegiatan wisatawan di kampung wisata tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian Desnamita & Mbulu (2020) yang menyampaikan bahwa partisipasi masyarakat dalam pembangunan kampung tematik yang menonjol adalah dalam partisipasi pelaksanaan dan partisipasi pengambilan manfaat dan menurut Purbadi dan Lake (2019)

kampung wisata di kota berpotensi dikembangkan lebih maju berbasis potensi lokal, partisipasi masyarakat dan usaha ekonomi kreatif.

Terlepas adanya kesuksesan dan kegagalan, program kampung tematik masih menjadi prioritas pemerintah kota Semarang. melalui pola partisipatif, agar kota yang semakin padat tetap dapat menimbulkan kenyamanan bagi warganya. Upaya penataan pemukiman bukan hanya semata-mata bangunannya, tetapi juga masyarakatnya. Pemerintah mengundang semua pihak untuk terlibat baik pemerintah, pengusaha, akademisi, media dan masyarakat. Ada tiga upaya pemkot Semarang dalam penataan pemukiman yaitu revitaliasi, fasilitasi dan persuasi.

Upaya pemkot telah berhasil membawa beberapa kampung di Semarang menjadi sorotan nasional seperti Kampung Seni, Kampung Jawi, Kampung Batik, Kampung Bandeng, bahkan menjadi sorotan internasional karena tema ikonik kampung Pelangi yang viral. Penerapan konsep tema yang ikonik dimaksudkan dapat menjadikan suatu tempat menjadi yang lebih menarik untuk dikunjungi (Putra & Solehudin, 2020). Tempat wisata penting memiliki identitas semacam tema ikonik atau *trademark* yang diwujudkan dalam nama dan logo yang akan membantu promosi kawasan produk-produk merchandisenya (Listyorini, Supriyanto, Prayitno, Wuntu, & Gunawan, 2021).

Pemkot Semarang pun berharap, program Kampung Tematik yang telah berjalan sejak tahun 2016 nantinya tidak sekadar berjalan, namun harus bisa mengangkat kearifan lokal dan memberikan dampak yang positif bagi warga sekitar, akan diprioritaskan merawat yang sudah ada dan mengembangkan yang memang ada potensi saja (Wibisono, 2019). Studi Oka, Winia, & Sadia (2019) juga menunjukkan bahwa pengembangan kampung atau desa wisata memberikan kontribusi positif terhadap ekonomi warga lokal, menyerap lapangan pekerjaan dalam layanan aktivitas wisatawan dan memperbaiki perekonomian keluarga. Untuk merasakan manfaat masyarakat perlu di dorong sehingga sadar dan aktif berpartisipasi.

Pengabdian yang dilakukan bertujuan untuk membantu menyelesaikan beberapa permasalahan mitra dalam partisipasi, pemberdayaan dan perluasan dampak ekonomi sebagai berikut:

1. Penciptaan tema ikonik bagi tema kampung tematik kelurahan Tegalsari
2. Membangun dukungan masyarakat melalui sadar wisata
3. Penyelenggaraan *event* wisata untuk pemberdayaan masyarakat
4. Memperkuat Pelaku Usaha Ekonomi Kreatif sub sektor *Fashion* dan Kuliner
5. Memperluas dampak ekonomi kegiatan wisata bagi warga lokal

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan meliputi: FGD, Sosialisasi, Workshop, Praktik *Event* dilakukan oleh dosen dan mahasiswa dan survey usaha ekonomi kreatif, dilakukan oleh mahasiswa. Mitra kegiatan adalah Pokdarwis Gesek Godhong sebanyak 9 orang, Pengurut RT 05/RW 06 sebanyak 4 orang, Pelaku Usaha ekonomi kreatif subsektor *fashion* dan kuliner (UMKM dan Kelompok PKK) sebanyak 10 orang. Lokasi kegiatan di Jalan Genuk Baru V, Tegalsari, Candisari Semarang sebagai kawasan yang telah ditunjuk pemerintah kota menjadi kampung tematik. Jumlah peserta kegiatan adalah 32 KK. Adapun langkah-langkah pelaksanaan kegiatan pengabdian seperti pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Keseluruhan kegiatan meliputi 1 pra-kegiatan dan 6 tahapan kegiatan. Diawali dengan audiensi pada Lurah Tegalsari dan *survey* ulang kesiapan lokasi, selanjutnya tahap pertama sosialisasi sadar wisata untuk kesiapan warga menerima wisatawan. Setelah itu dilakukan 2 tahap FGD (Tahap 2 dan tahap 3) untuk menyusun tema ikonik dan membahas detail rencana acara wisata. Puncak kegiatan (tahap 4) berupa praktek acara wisata dengan mengundang wisatawan. Dalam kegiatan acara wisata juga dilakukan pembinaan usaha ekonomi kreatif pada warga.

Seluruh kegiatan kemudian dimonitor baik di setiap tahapan kegiatan dengan cara kesesuaian *check list* per kegiatan maupun monitoring secara keseluruhan capaian kegiatan. Evaluasi secara sederhana dilakukan dengan sebaran angket sebelum dan setelah tahapan kegiatan untuk melihat ada tidaknya perubahan tingkat partisipasi, dukungan, jumlah usaha ekonomi kreatif masyarakat.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pra-Kegiatan

Sebelum kegiatan dilakukan, tim survey lokasi ulang beberapa kali dengan pengurus RT. Kegiatan dilanjutkan dengan audiensi kepada Lurah

Tegalsari untuk menyampaikan rencana kegiatan. Dalam audiensi tersebut Ibu Lurah menjelaskan bahwa kawasan RT 05/RW 06 mendapatkan dana hibah bantuan fisik dari pemerintah Kota untuk mengubah tampilan kawasan agar tidak kumuh sehingga dapat mendukung rencana menjadi kampung wisata. Ibu Lurah sangat mendukung pendampingan yang di gagas oleh STIEPARI. Dalam pertemuan tersebut disepakati bahwa pemerintah setempat akan mengawal bantuan fisik dari pemerintah kota, dan STIEPARI akan mendampingi pengembangan aspek non fisik yaitu kelembagaan, pengembangan SDM, sadar wisata dan sapta pesona, penyiapan produk dan promosi kampung tematik. Pelaksanaan kegiatan pra-kegiatan seperti pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Survey Lokasi Kampung Tematik

2. Kegiatan Sosialisasi Sadar Wisata

Setelah mendapatkan dukungan dari pemerintah lokal, tim melanjutkan kegiatan dengan sosialisasi sadar wisata dan sapta pesona pada masyarakat. Kegiatan ini menggunakan acara pertemuan RT. Materi sosialisasi adalah rencana kampung menjadi kampung wisata tematik, penyampaian materi sadar wisata dan kesiapan warga menerapkan sapta pesona dalam kehidupan sehari-hari agar siap sebagai tuan rumah. Dalam sosialisasi kepada 32 KK dilakukan inventarisasi dukungan warga, digali keinginan warga, preferensi warga atas kampung tematik. Hasil dari sosialisasi ini meningkatnya kesadaran wisata warga. Sebelum sosialisasi dilakukan pengisian angket hanya 15% KK memahami pariwisata. Setelah sosialisasi 100% dari 32 KK memahami pentingnya sadar wisata. Peningkatan dukungan atas program kampung tematik yang semula 30% KK menjadi dukungan bulat 100% KK. Kegiatan sosialisasi ini berlangsung seperti pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Kegiatan Sosialisai Sadar Wisata pada KK

3. Kegiatan FGD Menyusun Pengurus Pokdarwis dan Tema Ikonik

Setelah mendapatkan dukungan dari warga, dilanjutkan dengan tahapan pembentukan pengurus inti pokdarwis. Kepengurusan terdiri dari unsur pengurus RT, UMKM, dan PKK. Tim pengurus ini kemudian secara intensif mendiskusikan tentang tema Ikonik. Akhirnya disepakati bahwa kampung ini akan berkonsep Kampung Galeri Cafe atau Cafe di sepanjang jalanan kampung, dimana setiap rumah yang memiliki kemampuan atau usaha ekonomi kreatif kuliner akan menyediakan cafe kecil di depan rumah masing-masing baik makanan maupun minuman.

Karena kampung ini telah memiliki reputasi bidang batik dengan cara gesek godhong, maka hasil FGD menyepakati Tema Ikonik Kampung Tematik adalah “Cafe Batik Gesek Godhong”. Tematik yang ikonik ini akan menjadi bahan untuk aktivitas *branding, advertising and selling* guna menarik wisatawan. Kegiatan FGD tema ikonik berlangsung seperti pada Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Kegiatan FGD Tema Ikonik

4. FGD *Pra-Event*

Setelah kampung memiliki tema ikonik, maka untuk menyosialisasikan ikon ini pendampingan dilanjutkan dengan FGD perencanaan acara wisata (*event*). Persiapan *event* dilakukan melalui FGD dua kali. Hadir dalam setiap kegiatan FGD tersebut adalah pengurus RT, pengurus pokdarwis, UMKM, dan kelompok Ibu-ibu PKK seperti pada Gambar 5 berikut.



Gambar 5. FGD Pra Event Gesek Godhong

Hasil FGD menyepakati pelaksanaan *event* Gesek Godhong pada 9 Juni 2021. Konsep *event* ini adalah multi kegiatan dalam satu *event*, sehingga dapat mengukur partisipasi masyarakat dalam *event* kampung wisata. Kegiatan-kegiatan *event* meliputi: a) Penerapan Sadar Wisata dan Sapta Pesona, b) *Survey* Potensi Ekonomi Kreatif Warga oleh Mahasiswa, c) Penerapan CHSE wisatawan dan Daya Tarik Wisata, d) *Workshop* Batik Gesek Godhong, e) *Workshop* Seni Tekstil Sibori, f) Pelatihan Kewirausahaan Ekonomi Kreatif: Kopi, g) Bazar Kuliner oleh UMKM, dan h) Peliputan *event* oleh STIEPARI-TV.

5. Pelaksanaan *Event*

Cara destinasi pariwisata menemukan keunggulan dapat dilakukan dengan menyelenggarakan *event*, agar semua potensi sumberdaya dikelola sekaligus sebagai aset dan dapat mencapai berbagai tujuan baik bagi masyarakat tuan rumah maupun bagi tempat wisata. Tantangan untuk mengelola *event* adalah kemampuan melakukan identifikasi untuk mengubah sisi penawaran menjadi sisi permintaan, dan berubah dari *top down* menjadi *bottom up*, dan mengelola beberapa *events* daripada satu *event* (Getz, 2013).

Praktik *event* dilakukan dengan melibatkan 43 Mahasiswa program studi S-1 Pariwisata STIEPARI sebagai wisatawan dan 32 KK warga sebagai tuan rumah. Mahasiswa juga berperan dalam melakukan survey identifikasi pelaku ekonomi kreatif pada warga. Peran instruktur *workshop* dilakukan oleh UMKM seni tekstil sebanyak 4 KK. Peran penyedia amenities makan dan minum adalah grup UMKM sebanyak 4 KK. Penyedia paket bazar makanan dari kelompok Ibu-ibu PKK sebanyak 9 KK. Tim persiapan tempat *event* oleh pengurus Pokdarwis dari 5 KK. Pelatihan kewirausahaan kuliner kopi oleh mahasiswa STIEPARI. Kegiatan ini diharapkan mendorong pelaku ekonomi kreatif lokal untuk aktif terlibat dalam *event* kampung tersebut. Rincian kegiatan event meliputi:

a. Penerapan CHSE Daya Tarik Wisata

Event Cafe Batik gesek Godhong diawali dengan mengatur kehadiran wisatawan mulai dari pengaturan parkir, penerapan CHSE dengan cara mengukur suhu tubuh tamu dan cuci tangan dengan sabun sebelum memasuki kawasan acara. Kemudian pembukaan acara dilakukan untuk menjelaskan agenda kegiatan. Saat mendengarkan pembukaan tamu dibagikan konsumsi *welcome drink jahe gula aren and snack* yang sudah disiapkan oleh kelompok UMKM, makanan dan minuman tersebut merupakan produksi rumahan UMKM lokal.

b. Survey Usaha Ekonomi Kreatif

Setelah acara pembukaan, mahasiswa melakukan survey mendata pelaku usaha ekonomi kreatif pada 32 KK. Hasil dari kegiatan ini adalah terkumpulkan data pelaku ekonomi kreatif warga lokal. Survey usaha ekonomi kreatif ini penting sebagai basis data dalam mengembangkan kampung tematik berdasarkan ekonomi kreatif warga setempat dan dukungan iklim ekonomi kreatif. Komponen utama dalam pelaku ekonomi kreatif adalah, kelompok dan perusahaan penghasil produk. Komponen pendukung adalah lingkungan, terciptanya iklim ekonomi kreatif, lingkungan masyarakat, lingkungan industri, dan organisasi budaya. juga menyatakan bahwa kreativitas kini menjadi salah satu sumber keunggulan kompetitif yang paling kuat dalam ekonomi modern. Seiring kemajuan ekonomi yang lebih maju dari tingkat tersier (berbasis layanan) ke tingkat kuarterner (berbasis pengetahuan), pemeliharaan kreativitas dan inovasi yang berhasil memberikan keunggulan kompetitif bagi industri dan Negara (Denatale, Logic, dan Wassall, 2006; dan Steven White, Gunasekaran, & H.Roy, 2014).

c. Workshop Batik dan Seni Tekstil Sibori

Setelah kegiatan survey KK, dilanjutkan acara *workshop* pembuatan batik gesek godhong dan seni tekstil Sibori pada wisatawan. Dalam rangka menerapkan protokol kesehatan, maka mahasiswa selaku wisatawan dibagi dalam 2 kelompok. Kelompok 1 sejumlah 21 mahasiswa mengikuti *workshop* Batik gesek godhong oleh Bp. Auf King Batik Tulis dan kelompok 2 sejumlah 22 mahasiswa mengikuti *workshop* seni tekstil sibori oleh Ibu Maya. Hasil kegiatan adalah 21 wisatawan berhasil dalam membuat batik gesek godhong dan 22 wisatawan berhasil membuat kaos teknik sibori dalam waktu 2 jam. Kegiatan selanjutnya adalah praktek kelompok UMKM dalam menyediakan makan sore bagi tiap kelompok workshop. Kelompok satu dengan menu Sei Sapi dan Kelompok 2 dengan menu ayam wijen dengan menerapkan model galeri cafe. Makanan ini disiapkan oleh UMKM setempat dengan model Cafe rumahan. Workshop batik dan seni sibori seperti pada Gambar 6 berikut.



Gambar 6. Workshop Batik dan Seni Sibori

d. Pelatihan Kewirausahaan Aneka Minuman Kopi

Dalam rangka meningkatkan kewirausahaan warga dalam bidang kuliner mendukung galeri cafe diberikan pelatihan pembuatan aneka kopi oleh 3 mahasiswa STIEPARI kepada UMKM RT 05 dan Kelompok Ibu-ibu PKK. Pembuatan 4 versi minuman kopi yaitu kopi Espresso, Americano, Cappucino dan Latte. Minuman kopi yang mudah bergaya modern ini dapat dibuat dengan alat sederhana, diharapkan dapat disajikan di galeri cafe. Pelatihan Minuman kopi seperti pada Gambar 7 berikut.



Gambar 7. Pelatihan Minuman Kopi

e. Bazar UMKM Kuliner

Event dilanjutkan dengan bazar kuliner. memberikan kesempatan kewirausahaan warga dalam menyediakan oleh-oleh kuliner untuk wisatawan. Seluruh makanan yang disajikan dalam acara adalah buatan warga setempat. Dalam rangka menimbulkan kenangan kepada wisatawan, selain hasil workshop batik dan kaos sibori, wisatawan mendapatkan 1 paket oleh-oleh kuliner. Kegiatan Bazar berlangsung seperti Gambar 8 berikut.



Gambar 8. Bazar Makanan Batik

f. Acara Penutup

Kegiatan ini mendapatkan dukungan dari pemerintah lokal dengan hadirnya bapak Camat Candisari Bp. Mulyanto, SE, M.M. dan Lurah Tegalsari Ibu Sri Martini, S.Sos. M.A. yang memberikan sambutannya terkait dukungan pemerintah terhadap kampung tematik.

6. Monitoring dan Evaluasi

Sepanjang kegiatan tim melakukan monitoring dan evaluasi. Monitoring dilakukan melalui pengecekan terhadap kesiapan masyarakat, kesiapan pengurus, UMK baik melalui grup WA maupun beberapa kali kunjungan tim melakukan pengecekan. Evaluasi dilakukan pada saat sosialisasi hasilnya seperti pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Evaluasi Capaian Kegiatan

No	Evaluasi Capaian	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan
1	Tingkat Sadar Wisata	15%	100%
2	Tingkat Dukungan	30%	100%
3	Tingkat Partisipasi	3%	75%
4	Usaha Ekonomi Kreatif	Belum didata	15 KK

Hasil evaluasi menunjukkan ada peningkatan kesadaran wisata, dukungan dan partisipasi warga dalam kampung tematik. Partisipasi baik sebagai penyedia minum *welcome drink*, snack, makan, pelatih workshop, parkir, MC, penyedia tempat acara, sie dokumentasi, tim sadar wisata kebersihan dan lain-lain. Warga dapat merasakan dampak langsung ekonomi dari kegiatan wisata dan survey berhasil mendata 15 KK memiliki potensi ekonomi kreatif untuk mendukung kampung tematik.

7. Kendala yang Dihadapi atau Masalah Lain yang Terekam

Awalnya meskipun telah mendapatkan dukungan dari lurah setempat, tetapi Tim mengalami kendala tidak ada dukungan dari Ketua RT. Hal ini terjadi karena kekawatiran bahwa pengembangan wisata tematik hanya akan menguntungkan pihak tertentu yaitu King Batik Tulis sebagai ikon kampung tematik. Namun setelah tim memberikan penjelasan dan

melibatkan RT dalam segala penyusunan rencana, akhirnya RT memiliki pemahaman bahwa dampak kampung tematik dapat diperluas kepada banyak pihak jika dapat memperlama masa tinggal wisatawan, seperti melalui menyediakan *welcome drink and snack*, paket *workshop*, makan siang, makanan penutup es puter, dan bazar kuliner.

Masalah lain yang dihadapi adalah kondisi pandemi sejak awal. Pandemi menghambat kegiatan pertemuan dan koordinasi. Kendala ini diatasi dengan mengefektifkan grup WA kampung tematik, dan FGD dilakukan dalam kelompok yang lebih kecil. Kesulitan dalam mendatangkan tamu rombongan karena aturan pembatasan kerumunan dan PPKM. Hal ini diatasi dengan pembagian kelompok wisatawan dan zonasi aktivitas dan pemberlakukan *new normal*. Tim telah mendapatkan beberapa tamu yang siap berkunjung, namun hal ini masih menunggu PPKM berakhir. Solusinya telah dilakukan penjadwalan ulang kunjungan rombongan lainnya.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil kegiatan berhasil meningkatkan sadar wisata dari 15% menjadi 100% warga siap menerima wisatawan, tingkat dukungan warga terhadap kampung tematik dari 30% menjadi 100%, partisipasi usaha dari 3% menjadi 75% warga dapat terlibat dalam usaha layanan wisatawan. Tim berhasil menyusun tema ikonik yang dari keunikan setempat yaitu Tema Ikonik “Cafe Batik Gesek Godhong”. Kegiatan *event* telah berhasil memberdayakan masyarakat baik sebagai penyelenggara *event*, penyedia atraksi *workshop* batik, seni tekstil dan amentias kuliner, sebagai penyedia bazaar oleh-oleh. Masyarakat menerima dampak ekonomi langsung dari kegiatan layanan wisatawan. Hasil survey KK berhasil mengidentifikasi dari 15 KK dari 32 KK memiliki potensi usaha ekonomi kreatif bidang *fashion*, desain dan kuliner yang dapat mendukung kampung tematik. Untuk mewujudkan kampung tematik masih diperlukan pendampingan lanjutan berupa penataan galeri cafe, pengurusan HAKI Gesek Godhong, pelatihan pemandu wisaa, dan peningkatan kunjungan wisatawan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Riset dan teknologi/Badan Riset dan Inovasi Nasional (RISTEKBRIN) yang memberikan Hibah PkM 2021 untuk pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) STIEPARI Semarang yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

DAFTAR RUJUKAN

- Akbar, T. (2018). Kampung Tematik Sebagai Bentuk Partisipasi Masyarakat Dalam Permasalahan Permukiman Kumuh Di Kota Malang. *Wahana*, 70(2), 37–48. <https://doi.org/10.36456/wahana.v70i2.1741>
- Denatale, D., Logic, C., & Wassall, G. H. (2006). Creative Economy Research in New England: A Reexamination. *Discussion at the Convening of the New England Research Community – March 27, 2006*. Retrieved from <http://www.nefa.org/sites/default/files/ResearchNECreativeEconReexamination.pdf>
- Desnamita, S. I., & Mbulu, Y. P. (2020). Partisipasi Masyarakat Dalam Kreativitas Pengembangan Wisata Kampung Tematik (Studi Kasus: Kampung Pulo Geulis, Kota Bogor, Jawa Barat). *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 8(1), 11–22.
- Getz, D. (2013). *Event Tourism: Concepts, International Case Studies, and Research*. USA: Elmsford.
- <http://gerbanghebat.semarangkota.go.id>. (n.d.). Kampung Tematik - Gerbang Hebat Kota Semarang.
- Jauhari, A. F. (2018). *Partisipasi Masyarakat dalam Pemberdayaan Kampung Pelangi di Kota Semarang*. Universitas Diponegoro.
- Kememparekraf. (2020). *Panduan Pelaksanaan Kelestarian Lingkungan di Daya Tarik Wisata Panduan Pelaksanaan Kelestarian Lingkungan di Daya Tarik Wisata* (Vol. 2019). Jakarta-Indonesia.
- Kinanti, A., & Harsasto, P. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Kampung Tematik (Studi Kasus Kampung Tahu Tempe Gumregah di Kelurahan Lamper Tengah, Kota Semarang). *Kinanti, Anissa*, 8(02), 21–30.
- Listyorini, H., Supriyanto, S., Prayitno, P. H., Wuntu, G., & Gunawan, M. M. (2021). Penguatan Kelembagaan Pokdarwis Dalam Merintis Desa Wisata Melalui Penciptaan Identitas dan Kapabilitas Perencanaan Organisasi. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 491–504. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v5i2.4083>
- Martuti, N. K. T., Hidayah, I., & Sumaryanto, T. (2017). Preferensi Masyarakat Terhadap Program Kampung Tematik di Kota Semarang. *Riptek*, 11(2), 11–22.
- Oka, I. M. D., Winia, I. N., & Sadia, I. K. (2019). The Implication of the Development of Serangan Tourist Village from the Economic Perspective. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 383(Icss), 168–172.
- Purbadi, Y. D., & Lake, R. C. (2019). Konsep Kampung-Wisata Sejahtera, Kreatif, Cerdas dan Lestari Berkelanjutan. Kasus Studi di Karangwaru Riverside, Yogyakarta. *EMARA: Indonesian Journal of Achitecture*, 5(1), 12–23. <https://doi.org/doi.org/10.29080/eija.v5i1.641>
- Putra, A. P., & Solehudin, S. (2020). *Kajian Fasad Perpustakaan Umum Kota Cimahi Tema Modern Ikonik*. Universitas Faletahan.
- Steven White, D., Gunasekaran, A., & H.Roy, M. (2014). Performance Measures and Metrics for the Creative Economy. *Benchmarking: An International Journal*, 21(1), 46–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/BIJ-03-2012-0017>
- Syarifa, N. H., & Wijaya, A. (2019). Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Pemberdayaan melalui Program Kampung Tematik (Studi Kasus di Kampung Batik Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang) Abstrak Kota Semarang merupakan salah satu daerah di Indonesia yang berhasil men. *Solidarity*, 8(1), 515–531. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/solidarity/article/view/31301>
- Tamara, A. P. (2017). *Kajian Pelaksanaan Konsep Kampung Tematik di Kampung Hidroponik Kelurahan Tanjungmas Kota Semarang*. Universitas Diponegoro.
- Wibisono, L. (2019). Merebaknya Kampung Tematik di Kota Semarang.

Halosemarang.Id. Retrieved from <https://halosemarang.id/merebaknya-kampung-tematik-di-kota-semarang#:~:text=Kampung Pelangi Semarang di Bukit,miskin dan prasarana dasar permukiman>.

Widiastuti, R. N., & Yuwono, T. (2019). Inovasi Kampung Tematik di Kota Semarang, Pembangunan Kawasan Kumuh Berbasis Partisipasi dan Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus: Kampung Sehat Ramah Anak). *Journal of Politics and Government Studies*, 8(3), 351–360.