

POSISI PARIWISATA PERKAMPUNGAN BUDAYA BETAWI SETU BABAKAN

[THE POSITIONING OF TOURISM OF CULTURAL VILLAGE OF BETAWI IN SETU BABAKAN]

Farmawaty Malik

Pusat Penelitian dan Pengembangan Kepariwisataan
Kementerian Pariwisata
Jalan Medan Merdeka Barat No. 17 Jakarta 10110

ABSTRAK

Perkampungan asli budaya fokus dalam penelitian ini dan contoh, yang juga berperan menentukan ibukota dari Indonesia. Hal ini juga untuk mengingatkan kepada orang-orang yang lahir dan tumbuh di Jakarta maka mereka juga memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan serta melestarikan perkampungan budaya asli Betawi. Perkampungan budaya Betawi cukup banyak atraksi dan kegiatan masyarakat yang lokasinya terletak di Jakarta Selatan dan dekat dengan kota Depok. Kemajuan perkampungan budaya Setu Babakan dibandingkan dengan ibukota Jakarta, cukup lamban atau berbeda jauh. Kemajuan perkampungan budaya Setu Babakan masih jauh dari teknologi dan layanan jasa bahkan terkesan kurang ramah lingkungan. Ketika berdiri di gerbang utama/ pintu masuk pada September 2009 sampai dengan tahun 2016, kita masih melihat kemacetan lalu lintas mobil dan sepeda motor memasuki ke lokasi. Sebelumnya beberapa akses utama sudah diperbaiki sekitar tahun 2012, kenyataannya masih tidak cukup untuk jalan mobil dan sepeda motor. Dan juga area parkir tidak hanya pada satu tempat saja juga di badan jalan lokasi. Sebenarnya perkampungan budaya Setu Babakan sudah memiliki konsep yang baik tetapi belum terealisasi seluruhnya. Pendekatan peantaaan ini disarankan berorientasi pada pengelolaan pengunjung dan ramah budaya serta lingkungan. Potensi atraksi budaya dan alamnya cukup kuat adanya pohon-pohon asli Jakarta, pohon Duku, pohon Salak, dan lain-lain. Sedangkan disisi kanan dan kiri jalan menuju pusat kunjungan, kita dapat melihat banyak rumah tradisional yang memiliki atap yang dibuat dari kayu seni disebut "Gigi Balang". Pemandangan ini bagian dari atraksi budaya dan lainnya seperti kerajinan wayang dari Barongan, makanan asli betawi, musik dan teater terbuka khas budaya Betawi. Perkampungan budaya Betawi dapat menjadi ikon ibukota Jakarta, tidak hanya oleh tugu Monas. Gambaran tulisan ini merupakan perbandingan dari tahun ke tahun dan juga bagian penting ibukota RI Indonesia.

Kata Kunci: Wisatawan/Pengunjung, Sumber Daya Manusia, Pengelolaan,

ABSTRACT

The focus of research as a sample of original village concern to capitol city of Indonesia. And also to remind to people who are born and grow up in Jakarta until now then they should have the responsibility to promote and also preserving the original village of Betawi. Village of Betawi or Perkampungan Budaya Betawi which are many activities whith local community in South of Jakarta and close to Depok. The progress of the village Setu Babakan compare to main capitol city now is the slowly progress. The progressing of cultural village of Setu Babakan is still far from technology and services touch even friendly environment. At maingate September of 2009 to 2016, we can see along traffic many cars and motor cycles entering to location. The condition of mainroad is already fix around year 2012 isnot enough for car and motorcycles. And also you can see the parking area not on one space but in many. The cultural village of Setu Babakan in fact have an good concept but not yet totally implemented. Instead of they were preserving original trees, likes Duku threes, Salak threes, and others. Right and left side, we can see many traditional houses which have roof made by wooden art named as "Gigi Balang" They were also many attractions of cultural obyect like handcraft of puppet of Barongan, culinary of Betawifood, music and opened theather of traditional cultural. How we identified the capitol city of Indonesia, not only by Monas monument. The picture of these writing can draw the real condition of village.

Kata Kunci: Visitor/tourist, Resouces, management,

Riwayat Artikel:

Diajukan: 10 Februari 2017,
Direvisi: 22 Februari 2017,
Diterima: 26 Februari 2017,

PENDAHULUAN

Setu Babakan merupakan perkampungan budaya Betawi menjadi bagian citra ibukota DKI Jakarta juga. Setu Babakan merupakan relokasi perkampungan Budaya Betawi yang kesekian kalinya. Berkaitan dengan perkampungan budaya Betawi yang merupakan salah satu penduduk asli DKI Jakarta yang sudah selayaknya menjadi salah satu identitas DKI Jakarta, meskipun Monas kerap kali menjadi lambang atau identitas DKI Jakarta. Karena melihat keterkaitan sejarah budaya Betawi, perkampungan buaday Betawi Setu Babakan menjadi semakin penting. Berdasarkan pengamatan kunjungan penelitian ke Setu Babakan pada tahun 2010 jumlah kunjungan terlihat sedikit menurun

dibandingkan tahun sebelumnya tahun 2009 hal ini bisa saja disebabkan karena masyarakat Betawi baru saja menyelesaikan bulan puasa dan hari raya Idul Fitri sebelumnya. Pusat yang paling ramai dikunjungi adalah di halaman depan panggung pertunjukan atau dikenal sebagai Plaza, terlihat pengunjung selalu padat. Setiap minggu selalu ada jadwal acara yang menarik dan jadi pilihan di Setu Babakan ini, tahun 2010 Pekan Lebaran dilakukan pada tanggal 12 September sampai 25 September, yang merupakan acara rutin tiap tahun-tahun sebelumnya, selalu diadakan di perkampungan ini. Berbeda pada tahun 2016 sekarang acara panggung pertunjukan ada di 2 tempat ; satu panggung terbuka di sekitar duplikat rumah adat Betawi yang baru, yang lainnya juga dibagian disebut sebagai Plaza diatas. Beberapa beranda wisma betawipun sering sepi pengunjung jika dibandingkan sebelum tahun 2012 lalu karena jalan sedang diperbaiki. Pengunjung relatif selalu ada meskipun tidak ada pertunjukan budaya di panggung utama. Pengunjung yang berkunjung antaralain adalah penduduk setempat atau lokal dan

warga sekitar Jagakarsa yang berjalan kaki atau bermain bersama anak-anak mereka di sekitar panggung sambil menikmati suasananya sejuk dan teduh serta rimbun. Adapun konsep Perkampungan Tradisional yang digunakan meliputi **keaslian** yang meliputi : gaya arsitektur, tata ruang, tata hidup masyarakatnya : **keunikan** sekarang dalam istilah *branding* disebut sebagai *differensiasi*: **kebersihan** : **kemudahan berkunjung** dan **kenyamanan** dan keamanan. Indonesia sendiri sangat kaya dengan potensi kampung-kampung tradisional dan merupakan salah satu daya tarik wisata budaya : museum hidup : museum seni : taman budaya : desa kerajinan dan lainnya (Konsep Lporan Akhir "Instrumen dan penilaian produk pariwisata secara terencana di destinasi" Direktorat produk Pariwisata). Saat ini tahun 2016 ada 2 pengelolaan Perkampungan Budaya Betawi yaitu, UPK adalah Unit Pengelola Kawasan yang berasal dari dinas Kebudayaan Jakarta, dan yang ke 2 dari embrio sebelumnya atau istilah sekarang disebut Forum Jibang(Forum Pengkajian dan Pengembangan). Pelaksanaan perkampungan ini sebagai kawasan pariwisata budaya betawi dimulai sejak adanya Perda Gubernur No 3 Tahun 2005 sampai dengan tahun-tahun sebelumnya embrio atau dulu disebut badan pelaksana harian yang selama ini mengelola langsung dan dibawah kewenangan dinas kebudayaan DKI Jakarta Selatan. Memang diakui sampai saat ini masih dirasakan pelayan birokrasi yang sangat panjang yang terjadi dalam pengembangan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan, sehingga implementasi dari pembangunan beberapa lokasi masih terkendala. Sebelum tahun 2010 tempat ini cukup ramai dikunjungi wisatawan lokal, yaitu orang-orang asli Betawi yang ingin sekali bersilaturahmi atau orang-orang yang menginginkan suasana perkampungan dimasa lalu. Jumlah kunjungannya setiap tahunnya hampir sekitar antara 2-3 juta orang dan 10 sd 15% adalah anak2. Tahun 2010 ke tahun 2016 kegiatan tidak terlalu besar jumlahnya karena dana yang minim. Dan bagian yang

akan dibahas dalam potret ini adalah alur pengunjung, dan keiginan masyarakat sendiri untuk membuat semacam tiket masuk bagi kawasan PBB Setu Babakan. Atraksi yang dapat dilihat di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan antara lain adalah : Atraksi budaya ; atraksi alam dan pemandangan disekitar Setu/ danau) dan pengelolaannya. Adapun beberapa definisi arti yang digunakan *Cooper et all* ; 1993, 1) **atraksi** : daya tarik wisata yang secara umum dapat dipilah-pilah yaitu atraksi alam, atraksi budaya dan atraksi buatan. 2) **amenitas**, atau fasilitas dan layanan pendukung (jasa boga, cenderamata dan jasa rekreasi seperti bebekan motor di danau, dan lain-lain). 3) **aksesibilitas** atau jalan dan moda transportasi menuju lokasi. 4) Jasa layanan wisata lainnya seperti promosi atau yang sekarang disebut *BAS/branding, advertising dan sale*). Alur pengunjungpun ikut menentukan sukses atau tidaknya suatu lokasi wisata, melalui penantaan alur pengunjung yang tertata, tidak menumpuk disuatu tempat diharapkan lokasi Perkampungan Budaya Betawi menjadi lokasi yang representatif sebagai bagian penting dari ibukota republik Indonesia. Selama ini digunakan observasi langsung ke lokasi sejak tahun 2009, 2010, 2012 dan sampai dengan 2016 saat sekarang ini dengan metode deskriptif analisis (sebelumnya telah dilakukan penelitian di Setu Babakan pada tahun 2009 lalu dan dibandingkan dengan gambaran saat ini. Salah satu fokus yang dilihat adalah pembangunan infrastruktur antara lain jalan dan beberapa fasilitas lainnya kaitannya dengan pengelolaan pengunjung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potret yang akan dibahasakan memang sangat sederhana sebagaimana yang disebut diatas, harapan-harapan pengunjung terhadap Perkampungan budaya betawi Setu Babakan yang pernah dibuat dalam penelitian tahun 2010. membuat *pengelolaan pengunjung* lebih

mudah lancar rapi dalam suatu kawasan apalagi dalam sebuah perkampungan yang komunitasnya juga sudah banyak yang tidak hanya berasal dari Betawi bahkan dirasakan sangat sulit untuk menyamakan tepinya atap rumah dengan “Gigi balang” atau dalam menerima beberapa sentuhan budaya Betawi dibagian pagar halaman atau pintu rumah masing-masing warga cukup sulit. Hal ini tentunya bukanlah pekerjaan yang mudah untuk dilaksanakan. Diharapkan ini adalah sebuah gagasan yang dapat memudahkan pengawasan wisatawan berkunjung dan berlama-lama serta membelanjakan uangnya di Setu Babakan.

Adapun atraksi-atraksi yang dapat dilihat di Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan antara lain adalah :

1. Atraksi budaya betawi dengan jadual ;

- a. Pergelaran Rutin Sabtu Minggu pukul 14.00 s/d 16.00 dengan menampilkan berbagai kesenian betawi sampai kini bertahan masih sering diadakan di Plaza Betawi dan juga ditampilkan pada teater terbuka yang terdapat di dekat gedung museum.
- b. Pekan Lebaran beberapa tahun lalu sampai dengan tahun 2012 selalu diadakan, tahun 2016 ini belum terlihat lagi. Hal ini disebabkan karena lokasi anggaran minim.
- c. Pergelaran musik nuasa Islam setiap 1 muharam masih tetap.
- d. Pekan Desember sampai tahun 2015 lalu masih diselenggarakan.

Ada juga kegiatan penyediaan cenderamata dan industri rumah tangga berupa hasil kerajinan : Ondel – ondel mini dari kok, mute, kayu, tas sulaman ondel2, atau lukisan ondel2. Pakaian khas betawi; Kaos bergambar Setu babakan ; Pakaian silat ;Pakaian sadariah dan Kebaya *encim/kerancang*. Ketika di bandingkan dengan kondisi sekarang tahun 2016 terlihat kalau para pedagang2 UKM ini belum juga diatur dengan rapi dan tertib. Bahkan lokasi para pedagang

kaki lima itu di lokalisasi sangat berdesakan dan tidak terlihat estetikanya sama sekali. Itu sebabnya perlu banyak penataan yang rapi dan menarik menurut estetika dan keunikan lokal serta suasana yang ramah lingkungan.

Penjaja makanan khas betawi dapat kita temui disini dengan harga yang relatif sangat murah sekitar pada tahun 2010 /Rp 8 000, untuk Kerak Telor, sedangkan tahun 2012/Rp 15 000), tahun 2016/ Rp 20 000. Dodol, Soto betawi, Laksa, toge asepi, ditambah dengan minuman khas betawi bir pletok dan Jus belimbing harganya juga mengalami perubahan bahkan penjaja tidak sebanyak ditahun-tahun sebelumnya. Sekarang ini tahun 2016 penjaja disepanjang Timur Setu masih berjualan, dan masih dalam kios-kios lokal di sekitar namun kerapiannya kekhasan lokalnya belum juga terlihat dan dirasakan meskipun infrastruktur jalan sudah sedikit dirapikan pemandangan yang kurang rapi tetap masih terlihat. Sebagai tambahan info tahun-tahun sebelum 2010 lalu sebelumnya beberapa dari usaha kecil menengah/ukm mendapatkan bantuan kegiatan PNPM yang merupakan Program PNPM pariwisata untuk masyarakat di perkampungan budaya betawi bekerjasama juga dengan kementerian kebudayaan dan pariwisata serta koordinasi dengan walikota Jakarta Selatan.

2. Atraksi alam :

Berdasarkan wawancara sebelumnya Ditahun 2010 selama ini perkebunan milik masyarakat tergabung dalam Kelembagaan petani yang ada di wilayah kecamatan jagakarsa : Bidang Usahatani Pengolahan Hasil Pertanian ; Kelompok Tani Ayu Lestari / Kel. Srengseng Sawah ; Kelompok Tani Cipedak Lestari / Kel. Srengseng sawah; Bidang Usahatani Budidaya Belimbing dan Jambu Biji Merah dari Kelurahan Ciganjur dan kelurahan Tanjung Barat. Kelompok Tani-2 tersebut diatas bergabung dalam wadah

Gabungan Kelompok Tani ; Gapoktan Indah Lestari ; Gapoktan Ciganjur Sejahtera dan Gapoktan Tanjung Mas Sejahtera. (DR Aswin Saragih, Oktober 2010 presentasi Setu Babakan). Produk Unggulan Hasil Pertanian di Kawasan Setu Babakan Kec. Jagakarsa, Buah Belimbing, Jambu Biji Merah dan Rambutan Rafiah, Bir Pletok / Minuman khas betawi, Dodol Betawi, Sari Buah Belimbing, Sari Buah Wornas (wortel nanas). Tahun 2016 ini tanaman Kecapi dan tanaman asli dari Betawi yang dulu juga ikut di tanam di tepian danau ini walaupun belum tumbuh besar terlihat dirasakan juga masih kurang dalam perawatan. . Atraksi alam lainnya adalah pemandangan di tepian Setu yang cukup indah. Sedangkan atraksi buatan lainnya adalah berupa permainan sepeda air bebek yang ada diseperti Setu dengan per orang tiket Rp 5000. Sebelumnya tahun 2009 lalu telah dilakukan pula pelepasan bibit ikan mujair sebanyak ± 5000 ekor di Setu Babakan Koordinasi dengan dinas perikanan dan peternakan/sudin Jakarta hasil koordinasi dengan dinas perikanan dan peternakan/sudin Jakarta Selatan. Sedangkan kegiatan sekarang ini sampai tahun 2016, hanya untuk kegiatan budaya masyarakat seperti setempat meskipun banyak juga pertunjukan budaya yang meningkat karena ada 2 lokasi pertunjukan.

Tahun 2010 pengamatan survey terfokus pada pandangan dan harapan-harapan pengunjung/ visitor akan peranan Setu Babakan sebagai obyek atau daya tarik yang di kunjunginya. Pengunjung yang berkunjung ke Setu ternyata memang ingin agar Setu Babakan di renovasi lebih baik pengelolaannya dan penataannya sesuai dengan kemampuan keuangan yang ada. Dari mereka yang berkunjung sebagian berkeinginan untuk membayar redistribusi antara Rp 2000 s/d Rp 5000,.

Tabel 1

Harapan Pengunjung Tentang Setu Babakan Pbb Tahun 2010

No	Jenis Informasi	Keterangan	Jumlah survey tahap1	Jumlah survey tahap 2
1	Kesan pengunjung tentang sarana seluruhnya	Lengkap dan unik	6 responden	16
		Lengkap, tidak unik	15	16
		Tidak lengkap dan tidak unik	12	15
		Tidak ada permainan anak		
No	Harapan pengunjung	Keterangan		
1	Tarif masuk	Harus ada tariff	6	8
		Tidak perlu tariff	3	19
		Rp 10 000,/perorang		1
		Rp 5 000,/perorang	18	3
		Dibawah Rp 5 000,.	6	13
No	Harapan	Keterangan		
1	Saran pengunjung	Harus diperbaiki	33	32
	Terhadap fisik	Tidak perlu		8
		Tidak ada saran		10

Selanjutnya ada dari kolom tabel 1 terlihat pengunjung yang menyarankan agar atraksi atau permainan bagi anak-anak khas betawi di hidupkan lagi di kawasan ini. Mereka juga berharap ada atraksi-atraksinya tetap bercirikan budaya betawi, meskipun sebagian kecil ada juga yang berkeinginan atraksi modern bisa di tampilkan. Tujuannya pengunjung diajak untuk mengenalkan budaya betawi khususnya bagi masyarakat Jakarta. Sehubungan dengan adanya harapan pengunjung maka dalam perencanaan juga bisa ditambahkan permainan anak betawi yang unik-unik yang selama ini hampir saja punah permainan Galasin, Engrang, Ketapel dan sebagainya juga telah dipresentasikan belum juga terlihat permainan anak2 betawi di sekitar ini. Berdasarkan survey yang kami lakukan bulan September 2016 ini saat ini. Survey tahun permainan anak2 belum terlihat sama sekali. Kondisi ke lokasi dari pintu gerbang menuju atraksi terlihat **belum adanya** penataan pandang yang berorientasi pada pengunjung (*visitor management*) dan berdasarkan konsep-konsep pariwisata yang berbasis ramah lingkungan yang lebih optimal, kadang-kadang hanya penambahan lampion-lampion warna warni di kiri dekat perparkiran masih seperti kunjungan prasurvey sebelumnya seperti di tahun2010.

Dari hasil survey tahun 2010 kami baru mendapat gambaran karakter pengunjung Setu Babakan. Hasilnya memang sebagian besar pengunjung/wisatawannya adalah warga Jakarta yang hampir 60 % adalah memang punya ikatan kekeluargaan betawi dan ini akan dijadikan masukan pertimbangan sebelumnya dalam perencanaan perkampungan Setu Babakan yang akan datang. Selanjutnya penelitian ini mengamati lebih dalam dari pengunjung atau wisatawan perihal penilaian pengunjung terhadap kelengkapan, keaslian khas budaya betawi yang ditampilkan oleh pengelolanya selama ini.

- a. Berdasarkan penelitian tahun 2010 diperoleh penilaian akhir pengunjung/wisatawan terhadap kondisi sarana yang ada seluruhnya, didapat informasi terbesar "*Lengkap tapi tidak unik*" yaitu 45 %. Artinya sebagian besar mereka menganggap kalau daya tarik dan atraksi yang ada disini cukup lengkap namun mereka masih menganggap kalau keunikannya belum terlihat optimal. Sedangkan penilaian ke dua dari mereka tentang daya tarik Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan yaitu '*Tidak lengkap dan tidak unik*' sebesar 36,4 %. Pengunjung yang lainnya mempunyai kesan "lengkap dan unik" yaitu sebesar 18,2 %. Pemilihan kesan ini tentunya juga dipengaruhi latar belakang masing-masing pengunjung yang beberapa dari mereka memang berprofesi sebagai karyawan swasta yang cukup bergensi antara lain pegawai telekomunikasi, bank dan arsitek serta swasta asing. Terlihat mereka ketika ditanya bahkan banyak memberikan masukan yang sangat berharga seperti penambahan atraksi pencak silat khas Betawi, pembuatan bir pletok langsung, dan lainnya dan yang waktunya bias diatur berdasarkan pesanan atau hari-hari tertentu dilihat oleh pengunjung agar dapat dijadualkan sesuai waktu berkunjung cara pembuatan (bila perlu melalui internet)
- b. Berdasarkan penelitian tahun 2010 diperoleh penilaian pengunjung tentang tariff masuk juga sangat beragam dan menarik : Melalui survey didapat kalau pengunjung juga mau dan peduli dengan pelestarian Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan sebagai pertahanan kearifan lokal budaya betawi. Ketika ditanya mereka antusias menjawabnya " Sayakan lahir di Jakarta, kampung saya ya Jakarta. Saya kagum ternyata Setu Babakan itu sejuk dan asri dari wilayah lain yang ada di Jakarta. Saya senang dan ingin mendukung pelestariannya" . Adalagi komentar warga lainnya " Saya juga sering ke Setu Babakan, tapi masyarakat sekitarnya belum total dalam mendukung pelestarian perkampungan budaya betawi hal

ini, jadi perlu dukungan dan dorongan yang optimal dari berbagai pihak terkait. Menurutnya kearifan lokal justru harus dari masyarakat sekitarnya bukan dari masyarakat di luar kawasan saja.

- c. Berdasarkan penelitian tahun 2010 diperoleh penilaian pengunjung mau membayar Rp 5000,. (lima ribu rupiah) dengan jumlah sebesar **54,5 %**, sedangkan posisi pengunjung yang ingin membayar sebarang **18,2 %** sekitar hampir **90,9 %** para pengunjung siap yang ingin membayar antara Rp 3000, sampai Rp 5000,. Disadari memang dari hasil survey ini para pengunjung juga berharap akan ada tambahan atraksi permainan anak-anak tradisional betawi dan memang unik. Selanjutnya diharapkan dari hasil survey akan muncul pemberdayaan masyarakat di sekitar Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan misalnya permainan anak, Galasin, Engrang atau permainan kelereng, dampu, petak umpet dan lain-lainnya
- d. Berdasarkan penelitian tahun 2010 diperoleh penilaian pengunjung terhadap saran yang harus dilakukan untuk meningkatkan pelayanannya maupun diperbaiki sarana dan prasarannya oleh pemerintah terhadap Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan pada tahap penelitian pertama bulan September adalah 100 % responden mendukung untuk itu, sedangkan pada tahap ke dua bulan Desember hanya sebesar 52,9 % responden yang mendukung.
- e. Berdasarkan pengamatan penelitian tahun 2010 selanjutnya disarankan pengembangan perkampungan budaya betawi ini melalui pendekatan Visitor management, infrastruktur penunjang dan peningkatan penambahan sdm serta sosialisasi tentang ramah lingkungan.

Visitor management/ Pengelolaan Pengunjung

Dari pengunjung masuk pintu gerbang si Pitung terlihat kalau belum ada penataan pengunjung dan juga penataan atraksi yang layak dan optimal. Hasil pengamatan penelitian pada hari raya idul fitri 2009 ; 2010 sampai dengan tahun 2016 selanjutnya masih terlihat mobil dan motor saling ingin mendahului belum ada penataan pengunjung berdasarkan arus **masuk dan keluar** lewat jalan yang mana. Pada hari yang lain terlihat pengunjung menikmati hiburan dari panggung utama yang masih disewa tempatnya oleh pemda (jika hujan tiba mereka bubar atau berlarian mencari penyewa payung). Karenanya diperlukan segera pengelolaan pengunjung yang efektif. Pengunjung merasa senang, aman dan puas ketika berkunjung saat hujan maupun panas menyengat. Memang perencanaan ada dalam beberapa Zona yang sejak tahun 2010 sudah mulai dibangun. Namun perjalanan pembuatan jalan di depan dannau/situ saja memerlukan waktu hampir 2 tahun. Kami sempat melihat beberapa penjual Kerak telur berhenti berdagang, mereka memelihara ayam. Begitu pula dengan para penjual Toge goreng dorongan atau pikulan mereka merasa sangat sulit mencari lokasi berjualan seperti dulu tahun 2009. Pengelolaan pengunjung yang tertata dalam teorinya tidak membuat pengunjung menetap berdiam di satu lokasi saja diharapkan bersebaran merata di beberapa lokasi yang di buat sebagai pusat binaan atau pusat amenities layanan daya tarik wisata pendukung yang diisi dengan layanan kegiatan seni musik atau membuat alat seni musik atau pembuatan cendera mata atau kegiatan memasak masakan khas Betawi yang pelaksananya dari masyarakat sekitar yang memang tidak mempunyai pekerjaan.

Pengelolaan pengunjung diperlukan terutama agar pengunjung tidak mengganggu lingkungan sekitar yang ataupun atraksi alam atau sesama pengunjung lainnya.

Spesies tumbuhan yang di dalamnya kawasan dapat terjaga dengan baik dan ini diperlukan pengawasan yang kuat. Berdasarkan pengalaman dari *Parks & Benefits, Baltic Protected Areas and Tourism, 2007-2013*, bertujuan mengarahkan perkampungan budaya Betawi Setu Babakan keberapa persiapan antara lain :

1. Instrumen monitor pengunjung :
 - a. Mengidentifikasi mengamati dan menghitung atraksi dan obyek yang menjadi daya Tarik yang layak diangkat di setu Babakan bisa musiman(berdasarkan jadwal liburan sekolah) dan bisa juga terjadual yang terlihat pada tahun 2010 dan sebelumnya. Selanjutnya pihak manajemen dapat membuat sebuah jalur perjalanannya sesuai atraksinya.
 - b. Mengamati setiap pengambilan foto maupun video atraksi unggulan yang kira-kira akan diangkat oleh pengunjung di dtw.
 - c. Mendata setiap elektronik data yang akan digunakan
 - d. Menentukan jumlah pengunjung di tiap atraksi jumlah yang layak dan hal ini terkait dengan carrying capacity Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan
 - e. Melakukan pendataan setiap pengunjung yang akan masuk, kalau terlalu banyak akan merusak lingkungan sekitar.
 - f. Membuat swapendaftar pengunjung/ dengan menempekan karcis di tangan atau membuat tanda bagi pengunjung misalnya ketika akan masuk di atraksi2 lainnya. Hal ini berguna untuk kenyamanan dan keamanan pengunjung juga kebersihan ketertiban fasilitas yang ada.
 - g. Dan data lain jika diperlukan dalam statistic nantinya.

Beberapa petunjuk bagi pengunjung dan informasi

yang penting :

- I. Akses jalan menuju pintu gerbang, akses trek dan saluran air didalam kawasan berikut penjelasan rute jika

ada. Hal ini sama sekali tidak ada hanya jadualnya tertera di depan pintu masuk, sedangkan papan informasi kadang tidak digunakan.

- II. Pusat kunjungan dari segala atrasi yang ada atau atraksi unggulannya.
- III. Fasilitas- fasilitas toilet dan mushola, P3K dan lokasi atm, atau tempat charge batere *Hand phone* dan lain-lainnya.
- IV. Tempat istirahat /duduk yang layak; ruang edukasi publik ; atau ruang kesenian yang ramah lingkungan dan budaya.
- V. Papan informasi , leaflet, brosur dan lainnya
- VI. Larangan-larangan penting bagi pengunjung anak; remaja dan dewasa, apalagi adanya danau yang cukup luas yang belum ada penyangga permanen.
- VII. Akses moda trasportasi umum
- VIII. Tempat parkir yang layak dipandu sesuai kapasitas yang ada
- IX. Apakah ada penawaran pemandu di tempat dengan gratis dan lain2 sebagainya.
- X. Zonasi pentupan lokasi tertentu.
- XI. Pembatasan karakteristik kelompok tertentu
- XII. Harga –harga di dalam lokasi juga menjadi perhatian pihak pengelola.
- XIII. SDM mulai dari operator sampai dengan pemandu wisatanya bagaimana dan siapa.

Sumber daya manusia/sdm pariwisata

Berdasarkan masukan dari pengelola dan hasil pengamatan lapangan tahun 2010, kalau selama ini Kementerian budpar (saat ini kementerian pariwisata) belum pernah memberikan pelatihan apapun kepada Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. Perlu diketahui dalam pengelolaannya sudah 8 orang pramuwisata berbahasa Indonesia dan 2 berbahasa Inggris

serta banyak lagi sdm pariwisata yang memang layak dibina lebih optimal lagi. Sekarang ini pemandu wisata yang hanya 6 orang dan itupun mereka masih sebagai tenaga harian lepas.

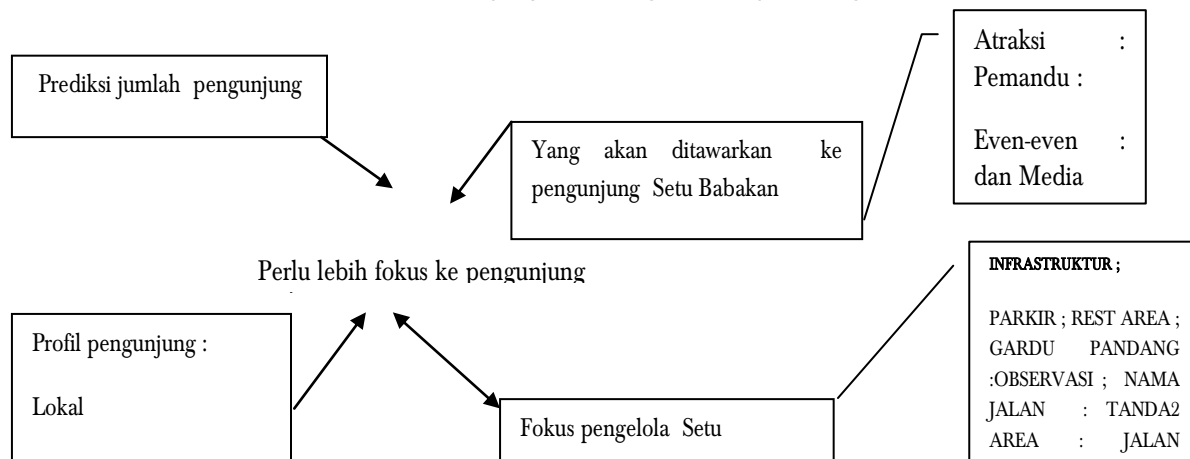
Tabel 2
Informasi Pemandu Wisata berdasarkan Jenis kelamin dan profesi

No.	Jenis Informasi	Keterangan	2010	2016
1	Kelamin	Laki-laki	6	4
		Wanita	2	2
2	Profesi	Pemandu Wisata		
		- Bahasa Inggris	2	2
		- Bahasa Indonesia	6	4

Infrastruktur penunjang Terutama fasilitas parkir dan area jalan kaki dikawasan tepi setu belum tertata rapi. Dihari

yang lain terlihat penjaja asongan langsung berjualan dilokasi depan panggung, dan penjaja ini cukup banyak jumlahnya yang masuk ke lokasi. Terkadang pengunjung pada hari-hari tertentu cukup padat, sedangkan atraksi lain belum ada lagi, karenanya diperlukan penataan yang bisa membuat pengunjung tersebar merata di beberapa titik. perbaiki infrastruktur yang layak bagi sebuah perkampungan budaya Betawi menjadi mutlak, misalnya adanya tempat jalan kaki yang layak dengan udara yang bersih, serta sarana dan prasarana wisata yang layak (sederhana tapi tidak kumuh dan mempunyai keunikan dari lokasi lain, keunikan ini bisa dari seni, dari bentuk gedungnya atau seni menjualnya ala betawi dan sebagainya. (temuan ini selanjutnya difoto sebagai bukti yang diambil dilokasi sebelumnya). Sedangkan tahun 2016 ini didalam area Plaza banyak sekali penjual-penjual yang memperlihatkan pemandangan yang kurang tertib dan indah.

VISITOR MANAGEMENT STRATEGY



MODIFIKASI INSPIRASI : BALTIC SEA REGION 2007-201

Pariwisata Ramah Lingkungan dan Budaya.

Diharapkan kalau keseluruhan dari perencanaan penataan dan pelaksanaan ini selalu menggunakan pendekatan pengembangan ramah lingkungan diantaranya harmonisasi masyarakat setempat, lingkungan yang asri dan hijau dan keunikan budaya betawi yang khas, termasuk didalam pengelolaan keuangannya mengacu pada konsep *green economy*. *Green economy* dimaksud artinya dana yang digunakan untuk pengembangan ini berfokus pada penggunaan bahan-bahan yang hemat, bisa didaur ulang, alamiah dan murah. Misalnya saja, tempat duduk pengunjung disarankan dari sisa kayu pohon kelapa atau kayu-kayu sisa tebangan pohon lainnya, dan tempat bagi pejalan kaki tidak di *aspal hotmix*, cukup dengan *conblok* saja. Ini sudah sesuai dilaksanakan tahun 2012. Diupayakan pembangunan jalan dalam kawasan bukan untuk kendaraan bermotor ataupun mobil, hanya untuk sepeda. Hal ini mempertimbangkan terjadinya kerusakan lingkungan yang pernah terjadi dilokasi wisata yang lain sebelumnya di Jakarta. Sekarang ditahun 2016 pemasangan Conblock sudah selesai namun beberapa kendaraan disiang hari masih tetap masuk area pejalan kaki.

Sebelumnya pihak penelitian juga mengadakan seminar terkait solusi Perencanaan Penataan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan yang dilihat dari 3 instansi utama yaitu Dinas Tata DKI dan Sudin Pertanian dan Kehutanan Jakarta Selatan pada Oktober tahun 2009. Sampai saat ini konflik interest ini masih saja terjadi dan beberapa rencana antara lain pembangunan beberapa ruang permainan anak dan ruang khusus dialek bahasa betawi serta theater khas belum juga terwujud, sehingga aktifitas pertunjukan malam hari tidak optimal. Perkembangan terbaru lainnya adanya tempat pembuatan batik Betawi, dan ukm kecil lain yang menurut kami masih belum juga tertata rapi dan indah.



Gambar tahun 2009 berdesakan



Tahun 2016 lokasi trotoar/ jalan kaki digunakan penjual



Ruang Toilet umum pedagang tahun 2009



Toilet umum pedagang tahun 2016

Lebih jauh lagi perkembangan Setu Babakan Perkampungan Budaya Betawi tahun 2016 ini sudah ada penambahan bangunan yang dibuat maket dalam 3 zona oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Maret 2015 :

- **Zona A.** Perkampungan Budaya Betawi, a). Rumah Kebaya (main entrance dan pusat informasi). b). Youth Hostel/ Wisma Betawi c). Pusat Pendidikan & Pelatihan Seni Budaya d). Museum Sejarah & Purbakala e). Gedung Kesenian & Serbaguna f). Amphitheater & 6 Bangunan rumah adat, f1)1. Rumah Adat Gudang, f2). Rumah Kebaya f3).Rumah Adan Joglo f4) Rumah Adat Bapang f5).Rumah Adat Pesisir f6).Rumah Adat Pesisir P.Seribu g) Rumah Pesisir (digunakan sebagai pusat Kulinaer Betawi) h). Mushola i). Rumah Jaga j). RUMAH GENSET k).Toilet Umum, l). TPS m).Pintu Gerbang n). Saung/Gazebo. (zona A museum(sedang digunak sebagai kantor UPK) dan bangunan rumah adat sudah didirikan yang lain masih dalam proses).



Gedung museum yang jadi kantor UPK 2016



Teater terbuka yang digunakan jika hari tidak hujan 2016

➤ **Zona B**

- Area Kuliner / Pujasera diperuntukkan bagi Penampungan Para Pedagang sejumlah 150 s/d 200 Pedagang (termasuk 130 Pedagang Lama)tahun 2009. Ini masih belum terealisasi sampai tahun 2016, pedagang kali lima harusnya menjadi perhatian utama, karena banyak dari mereka tidak memiliki pekerjaan lagi, bahkan ada yang menjadi kuli bangunan), banyak pertimbangan2 psikologi sosial yang perlu di angkat.

➤ **Zona C.**

- Dermaga. Resot untuk dikomersialkan 22 unit. Lobby. Convention hall. Dapur utama & fasilitas restoran Indoor & Outdoor. Plaza & Informasi Center. Area penjualan barang seni dan makanan asli Betawi. Studio alam, Area Hijau, Lahan ditanami Alang-alang, Pohon-pohon & Tanaman Asli Betawi.. Studio Alam perkampungan asli Betawi, Rumah Asli Betawi, Warung beserta Empang, Kandang ayam, Kandang Kambing & Kandang Sapi. Untuk 22 komersial masih proses.

Teori SWOT

KEKUATAN :

1. Menjadi Daya Tarik Wisata Unggulan DKI berbasis budaya.
2. Aspek lingkungan asri, rapih, pelestarian seni budaya Betawi, a.l. seni tari, seni musik/gambang kromo, kroncong, arsitektur rumah Betawi
3. Terdapat SDM yang mengelola pariwisata dan warisan budaya
4. Keahlian SDM pada seni tari dan musik
5. Terdapat cinderamata Betawi berupa miniatur ondel-ondel, jenis tarian, ukm batik betawi.

KELEMAHAN :

1. Kurang sarana/prasarana parkir mobil, tidak tersedia bangku/duduk dan tempat berteduh bagi para pengunjung, tidak ada restoran asli betawi menjual sayuran segar betawi dan makanan Betawi yang standar.
2. Tidak ada pemeliharaan jalan pada area parkir motor.
3. Belum optimalnya kerjasama dengan , Biro Perjalanan Wisata, Industri Pariwisata, Media Cetak maupun elektronik dalam mempromosikan Setu babakan
4. Lemahnya kerjasama pihak pengelola Setu Babakan dan Pemda DKI serta Industri Pariwisata dan biro Perjalanan Wisata, Lemahnya peningkatan kemampuan dan pramuwisata dan SDM pengelola Setu Babakan.
5. Toko Cinderamata belum terlihat sehingga pengunjung tidak bisa membeli walaupun tempatnya kurang representatif.

PELUANG

1. Perlunya peningkatan sarana/prasarana parkir mobil, bangku/duduk dan tempat berteduh bagi para pengunjung guna meningkatkan kenyamanan bagi pengunjung.
2. Perlunya pengadaan restoran /warung yang menjual makanan dan sayur Betawi asli yang representatif.
3. Perlunya gardu pandang yang nyaman bagi pengunjung
4. Perlunya sarana jalan khususnya pada area parkir motor, sehingga kalau hujan tidak becek dan lebih nyaman bagi pengunjung.
5. Perlunya peningkatan kerjasama dengan Biro Perjalanan Wisata, Industri Pariwisata, Media Cetak maupun elektronik dalam mempromosikan Setu babakan, pembuatan Brosur.
6. Keikutsertaan Setu babakan dalam event pameran seni budaya baik nasional maupun international yang disponsori oleh Diparda DKI Jakarta.

TANTANGAN.

1. Masuknya budaya asing yang mempengaruhi masyarakat Betawi akibat dari globalisasi.
2. Remaja yang tahir dan tinggal kurang berminat /peduli terhadap kesenian tradisional
3. Rusaknya kondisi lingkungan karena perawatan belum optimal, harga tanah meningkat mahal, penjaja makanan menjual mahal terhadap wisatawan
4. Penjaja cinderamata yang memaksa wisatawan membeli cinderamata
5. Adanya pencurian warisan budaya
6. Penjiplakan karya seni lukis, dan batik-batik tradisional betawi.

Tabel 3

Data Kunjungan wisatawan ke perkampungan budaya betawi Situ Babakan tahun 2001 s/d tahun 2009

No	Tahun	Domestik			Asing			Jumlah
		Pelajar	LSM Pemerintah	Masy	Pelajar	LSM :Pemeritah	Masyarakat	
1	2001	776	2.385	7.069	-	-	-	10.230
2	2002	689	1.070	47.546	-	-	73	49.375
3	2003	390	2.341	43.800	1	-	11	44.543
4	2004	4.000	8.538	38.833	-	-	-	51.919
5	2005	6.643	1.109	81.964	8	12	179	98.834
6	2006	10.939	11.642	75.901	20	25	186	98.713
7	2007	12.727	15.167	106.610	15	10	56	134.575
8	2008	11.175	10.577	111.736	79	49	40	133.656
9	2009	9.398	7.836	118.292	208	17	60	135.811

Sumber : Pengelola Informasi PBB Setu Babakan. 2009

Simpulan :

Bahwa perkampungan Setu Babakan perlu di perbaiki lebih optimal lagi. *Masterplan* Setu harus konsisten dan konsekwen ditetapkan berdasarkan ciri khas ke unikan betawi. Perencanaan yang mengacu pada :

- a. Peraturan daerah nomor 3 tahun 2005 tentang penetapan perkampungan budaya betawi di Setu Babakan.
- b. Pembangunan dan pengembangan berprinsip ramah lingkungan dan budaya sehingga tidak merusak lingkungan budaya dan alamnya.
- c. Pembinaan dan pengembangan SDM berbasis azaz manfaat dalam konten betawi
- d. Tetap mengacu pada harmonisasi dan pelestarian perkampungan budaya betawi.
- e. Pengawasan dan pengendalian fungsi lahan menjadi bagian dari tanggung jawab masyarakat dan pihak pengelola

Saran/rekomendasi

Perlu pengelolaan alur masuk pengunjung maupun wisatawan berdasar amenities, aksesibilitas dan fasilitas pendukung juga berbasis daya tampung pada efisiensi dan efektif serta kemudahan. Jangan pernah bosan mengadakan pelatihan-pelatihan bagi para pelaku pariwisata untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi pelayanan wisata. Seluruh perencanaan perbaikan perkampungan budaya Setu Babakan penting untuk ditindak lanjuti sesuai berbagai arahan dari hasil penelitian yang ada selama ini. Dari seringnya bertemu diharapkan mengurangi konflik interes yang selama ini sulit dihindari. Hal ini menjadi pertanggung jawaban Pemda, DPR serta masyarakat komunitas. Perlu meningkatkan program-program terkait dengan konservasi lingkungan, untuk menjaga keberlanjutan lingkungan yang hijau.

Daftar Pustaka

Laporan Tahunan Setu Babakan 2008

Laporan Tahunan Setu Babakan 2009

Kajian Perkampungan Budaya Betawi LEMTEK UI tahun 2001.

Ries Al, Ries Laura, 2000, *Immutable Laws of Branding*, Jakarta Gramedia

Kotler Philip ; Hairder Donald H; Rein Irving, 1993, *Marketing Places*, New York USA Macmillan Co.

Hiam Alexander, Schewe Charles. D. 1994, *The Portable MBA In Marketing*, Jakarta, Binarupa Aksara.

Gahring, Sherri; Niemeyer, Shirley; 1992 , *North Central Regional Center for Rural Development ID: NCR445*

Wiryanto S, 2006. 'Desa Wisata (Dewi) Soran', Sebagai Potensi Peningkatan Ekonomi Masyarakat.

———2006, *Struktur Data Potensi Masyarakat Dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata*, Jakarta, Direktorat Jenderal Destinasi, Depbudpar.

Sambudjo Parikesit 2006, *Kebijakan destinasi pariwisata, Renstra pariwisata 2005- 2009*

———2016 'Strategi PemasaranPesona/ *Wonderful Pariwisata Indonesia*', Jakarta. Direktorat Jenderal Pemasaran Pariwisata, Kemenpar

Richie JR Brent, Goeldner Charles R, 1994, *Travel, Tourism, And Hospitality Research*, Toronto USA. John Willey & Son.Inc.

http://www.parksandbenefits.net/images/stories/download/s/Visitormanagement/visitor_management_strategy_final.pdf

——— 1994, *Recommendation on Tourism Statistics*, New York USA. UN -WTO

———2004. *Proceeding Konferensi Kepariwisataaan Indonesia*. Jakarta. Direktorat Jenderal Destinasi, Depbudpar

Rangkuti Freddy, 2002 *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy*, Jakarta, Gramedia.

Kartajaya Hermawan, 2004, *Positioning Diferensiasi Brand*, Jakarta, Gramedia.