

Strategi Pengembangan Wisata Kuliner Kampung Jawi Berbasis Budaya di Kelurahan Sukorejo Kota Semarang

Adelita Luki Fania^{1*}, Abdul Malik²
^{1,2} Pendidikan Nonformal, Universitas Negeri Semarang

Corresponding Author email: adelitaluki31@students.unnes.ac.id*

Article Info	ABSTRACT
Article history: Received December 25, 2025 Revised April 1, 2026 Accepted Juni 1, 2026	<i>Kampung Jawi has the potential to be a culturally-based culinary tourism destination, but its development still faces various obstacles such as suboptimal management, limited facilities, lack of culinary innovation, and ineffective digital promotion. This study aims to analyze the cultural-based culinary tourism development strategies implemented through the 3A concept (Attraction, Amenities, Accessibility) and the BAS approach (Branding, Advertising, Selling), as well as to identify the level of community participation in its management. This research employed a qualitative approach with data collected through participatory observation, in-depth interviews, and documentation. Data validity was ensured through method and source triangulation, while data analysis was conducted using the interactive model of Miles and Huberman. The results suggest that strengthening cultural attractions and traditional culinary offerings has provided Kampung Jawi with a distinctive identity. Although basic facilities are available, improvements are still needed to enhance visitor comfort. In terms of marketing, social media utilization remains suboptimal, as the management rarely uploads promotional content and relies more on word-of-mouth promotion. Community participation appears active in the implementation stage but remains limited in the planning and evaluation stages. This study concludes that the 3A and BAS strategies have the potential to strengthen the identity and competitiveness of Kampung Jawi, but it requires increased digital promotion capacity, culinary innovation, and more inclusive community involvement to make the development of culture-based culinary tourism more sustainable.</i>
Keywords: Strategi pengembangan Wisata kuliner Partisipasi masyarakat Kampung Jawi Budaya Jawa	ABSTRAK Kampung Jawi memiliki potensi sebagai destinasi wisata kuliner berbasis budaya, namun dalam pengembangannya masih menghadapi berbagai kendala seperti pengelolaan yang belum optimal, keterbatasan fasilitas, kurangnya inovasi kuliner, serta promosi digital yang belum berjalan efektif. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pengembangan wisata kuliner berbasis budaya melalui konsep 3A (Attraction, Amenities, Accessibility) dan BAS (Branding, Advertising, Selling), serta mengidentifikasi tingkat partisipasi masyarakat dalam pengelolaannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Keabsahan data diperiksa melalui teknik triangulasi metode dan sumber. Teknik analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan atraksi budaya dan kuliner tradisional telah memberikan identitas khas bagi Kampung Jawi. Fasilitas dasar tersedia namun masih perlu ditingkatkan untuk kenyamanan pengunjung. Pada aspek pemasaran, pemanfaatan media sosial belum optimal karena pengelola jarang mengunggah konten dan lebih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Partisipasi masyarakat tampak aktif pada tahap pelaksanaan, tetapi belum merata pada tahap perencanaan dan evaluasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi 3A dan BAS berpotensi memperkuat identitas dan daya saing Kampung Jawi, tetapi diperlukan peningkatan kapasitas promosi digital, inovasi kuliner, dan pelibatan masyarakat secara lebih inklusif agar pengembangan wisata kuliner berbasis budaya menjadi lebih berkelanjutan.



Corresponding Author:

Adelita Luki Fania
Pendidikan Nonformal, FIPP
Universitas Negeri Semarang
adelitaluki31@students.unnes.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan kekayaan sumber daya alam, budaya, tradisi, kesenian, kerajinan hingga kuliner daerah yang sangat beragam. Keanekaragaman ini tidak hanya menjadi identitas bangsa, tetapi juga potensi lokal yang dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata unggulan. Hal ini sejalan dengan pendapat Sutrisno (2013) yang menyatakan bahwa sumber daya alam, seni budaya, tradisi masyarakat, serta berbagai jenis sarana pariwisata di suatu daerah merupakan modal dasar dalam pengembangan sektor pariwisata. Pariwisata dianggap sebagai strategi pembangunan berkelanjutan yang dapat menjamin kesejahteraan masyarakat saat ini dan generasi mendatang, sekaligus menjadi sektor ekonomi yang dinamis dan signifikan di tingkat global (Kurniati et al., 2021; Streimikiene et al., 2021). Sektor ini juga turut mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja baru dan berkembangnya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kuliner, akomodasi penginapan, hingga kerajinan tangan.

Meski memiliki potensi yang besar, Indonesia masih dihadapkan pada permasalahan sosial seperti tingginya angka kemiskinan. Rahmawati & Kisworo (2017) menjelaskan bahwa masyarakat dengan kondisi ekonomi yang rendah, berdampak pada meningkatnya kriminalitas, rendahnya tingkat pendidikan dan kesehatan. Malik & Mulyono (2017) juga mengutarakan bahwa salah satu penyebab kemiskinan adalah tingginya pengangguran usia produktif akibat tidak memiliki pendidikan dan keterampilan yang memadai. Keterbatasan akses pendidikan, informasi, dan dukungan sosial menghambat kemampuan masyarakat memanfaatkan peluang ekonomi, sehingga sulit meningkatkan kualitas hidup dan terjebak dalam lingkaran kemiskinan.

Kemiskinan di Indonesia membutuhkan intervensi pemberdayaan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat, yang dapat dilakukan melalui pendidikan nonformal berbasis kecakapan hidup guna meningkatkan keterampilan, kemandirian, dan kemampuan ekonomi keluarga (Hajaroh & Mulyono, 2014; Sucipto & Sutarto, 2015). Perwujudan masyarakat mandiri dicapai melalui pemberdayaan masyarakat dengan memanfaatkan potensi lokal melalui pengembangan maupun inovasi (Putri & Suminar, 2023). Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat menjadi salah satu strategi efektif dalam pengentasan kemiskinan, karena melibatkan masyarakat sebagai pelaku utama, seperti pemandu wisata, pengelola *homestay*, pengrajin lokal, atau pelaku usaha kuliner tradisional, yang sekaligus meningkatkan ekonomi, melestarikan budaya, menciptakan

lapangan pekerjaan, dan mendorong partisipasi warga dalam kegiatan ekonomi, sehingga turut membantu menanggulangi kemiskinan.

Menurut data Badan Pusat Statistik per September 2025, jumlah penduduk miskin di Kota Semarang tercatat sebanyak 74,36 ribu jiwa atau setara dengan 3,80% dari total jumlah penduduk yang mencapai sekitar 1,7 juta jiwa. Jika melihat pergerakannya sejak 2018–2024, tren kemiskinan Semarang relatif stabil di kisaran 4% hingga 4,5%. Sebelum terjadinya pandemi, pada 2019 angka kemiskinan sempat turun di angka 3,98%, kemudian meningkat pada 2020–2021 dari 4,34% menjadi 4,56% karena dampak ekonomi dari pandemi COVID-19. Mulai berangsur membaik kembali pada 2022 sampai 2024 dengan angka 4,25%, 4,23%, dan 4,03% seiring dengan pemulihan ekonomi, meningkatnya penyerapan tenaga kerja, serta berbagai program pemberdayaan yang dijalankan pemerintah kota. Salah satu program strategis yang dikembangkan pemerintah Kota Semarang dalam mengentaskan kemiskinan adalah pengembangan kampung tematik yang dirintis pada 2016–2018 yang berfokus mengatasi permasalahan kualitas permukiman warga miskin, kemudian program berkembang menjadi kawasan wisata yang dinilai lebih efektif dalam menggerakkan ekonomi lokal, juga memperkuat aspek sosial dan budaya dengan dukungan teknologi informasi dan komunikasi. Keberhasilan pengembangan ini sangat dipengaruhi oleh pemahaman dan partisipasi masyarakat sebagai pelaku utama (Suminar et al., 2023).

Kampung Jawi merupakan salah satu kampung tematik yang mengusung konsep kesenian dan kebudayaan Jawa bernuansa era Majapahit melalui pasar pariwisata kuliner tradisional dengan transaksi menggunakan alat tukar kepeng (setara Rp3.500 per kepeng), para bakul berbusana jarik dan lurik, serta hiburan pertunjukan musik yang melengkapi pengalaman berwisata. Keberhasilan suatu destinasi wisata dipengaruhi oleh pengelola dan sistem pengelolaan yang diterapkan oleh masyarakat lokal (Wibowo & Ronggowulan, 2021), tanpa sistem yang baik potensi wisata akan sulit berkembang. Pengelolaan dengan memanfaatkan kuliner lokal tidak hanya menjadi daya tarik wisata tetapi juga menjaga budaya dan identitas daerah (Untari, 2019). Namun, pengembangan wisata kuliner di Kampung Jawi masih mengalami berbagai kendala seperti, strategi pengembangan yang belum sistematis, keterbatasan promosi digital, kurangnya inovasi dalam produk kuliner, daya tarik wisata yang belum stabil, persaingan dengan destinasi wisata lain, serta partisipasi masyarakat yang kurang merata dalam pengelolaannya. Jika dilihat pada masa sekarang, Kampung Jawi tidak seramai dahulu walaupun masih terus bertahan hingga sekarang setelah masa pandemi menyerang. Hal ini menunjukkan bahwa diperlukannya strategi pengembangan wisata kuliner yang lebih terpadu dan kolaboratif. Dengan perencanaan dan pengelolaan yang matang, strategi pengembangan pariwisata diharapkan mampu menjaga sektor pariwisatanya terus berkembang dan memiliki daya saing (Kedang & Soesilo, 2021).

Penelitian terdahulu juga mendukung pentingnya penelitian ini, hasil penelitian Mau et al., (2024) menunjukkan bahwa meskipun wisata kuliner memiliki potensi untuk mendorong pelestarian kuliner lokal, namun wisata kuliner juga menghadapi tantangan seperti promosi yang kurang efisien, kurangnya infrastruktur yang memadai, serta rendahnya minat generasi muda dalam mengembangkan usaha kuliner tradisional. Juriah & Nugroho (2025) mengungkapkan bahwa pengembangan identitas wisata lokal melalui pendekatan

branding terbukti meningkatkan jumlah pengunjung dan mendukung keberlanjutan ekonomi desa. Ramadhani et al., (2021) menjelaskan bahwa strategi pengembangan melalui pemanfaatan potensi sumber daya alam, strategi pemasaran, dan manajemen sumber daya manusia akan berjalan optimal jika didukung partisipasi masyarakat yang cukup tinggi dalam semua tahapan pengelolaan.

Berdasarkan analisis terhadap potensi budaya yang kuat, nilai kearifan lokal, dan sejumlah permasalahan pengelolaan yang ada, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan di wisata kuliner Kampung Jawi berbasis budaya serta peran partisipasi masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi teoritis dalam literatur pariwisata budaya dan manfaat praktis sebagai rekomendasi kebijakan serta strategi bagi pengelola dan pemerintah lokal dalam mengembangkan pariwisata agar dapat menjadi destinasi wisata yang berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam terkait strategi pengembangan wisata kuliner serta tingkat partisipasi masyarakat di Kampung Jawi Semarang yang beralamat di Jalan Kalialang Lama RT02/Rw01, Kelurahan Sukorejo, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, dokumentasi, dan wawancara mendalam dengan berbagai informan yaitu ketua pengelola, wakil ketua pengelola, pedagang kuliner, dan penjaga kepeng selaku pekerja pendukung. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa narasumber yang berbeda, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan memadukan observasi, wawancara, dan dokumentasi (Moleong, 2006; Sugiyono, 2014). Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan kredibilitas dan keterpercayaan hasil penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan merangkum dan menyeleksi data penting, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif, sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasi data hingga menghasilkan temuan baru (Sugiyono, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Strategi Pengembangan Berdasarkan 3A (*Attraction, Amenities, Accessibility*) dan Konsep BAS (*Branding, Advertising, Selling*)

Strategi pengembangan wisata kuliner di Kampung Jawi dianalisis menggunakan pendekatan 3A (*Attraction, Amenities, Accessibility*). Ketiga komponen ini saling berkaitan dan menjadi kerangka yang membantu memahami bagaimana Kampung Jawi membangun dan memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata kuliner berbasis budaya. Selain strategi 3A, pengembangan Kampung Jawi juga dapat dilihat melalui penerapan strategi BAS (*Branding, Advertising, Selling*). Strategi ini berfokus pada bagaimana Kampung Jawi

membangun identitas, mempromosikan diri, dan menjual produk wisata secara efektif. Berikut adalah penjabaran strategi 3A dan strategi BAS yang diterapkan oleh pengelola Kampung Jawi.

1. Strategi 3A dalam Pengembangan Wisata Kuliner Kampung Jawi

a. *Attraction* (Daya Tarik)

Setiap destinasi wisata pasti memiliki daya tarik yang unik dan berbeda. Di Kampung Jawi ini, budaya Jawa yang mulai ditinggalkan oleh kaum muda kini mulai dihidupkan kembali dengan konsep yang menarik dalam rangka nguri-nguri budaya yang sengaja dipilih sebagai daya tarik utama. Berdasarkan pengamatan di lapangan, Atraksi budaya di Kampung Jawi menjadi bagian penting dari kegiatan wisata Kampung Jawi yang menawarkan konsep wisata kuliner berbasis budaya bernuansa tempo dulu. Hal ini terlihat dari penataan ruang yang sederhana namun hangat, membuat pengunjung langsung seolah kembali ke masa lampau, dengan kuliner yang diujakan juga mendukung atmosfer tersebut. Unsur budaya semakin terasa ketika transaksi dilakukan menggunakan kepeng, penerangan memanfaatkan lampu yang didesain menyerupai obor, lapak yang dibangun dari bambu dan atap dari bahan daun kering, serta para bakul yang mengenakan busana Jawa sambil menjajakan sogo berkat, wedang rempah, jajanan pasar, dan berbagai makanan tradisional lainnya. Semua elemen ini diterapkan oleh pengelola untuk memperkuat nuansa tradisional dan memberi pengalaman unik bagi pengunjung.

Setiap hari diadakan pertunjukan musik di mana pengunjung dapat bergabung dan menyumbangkan lagu. Setelah waktu magrib pengunjung diajak untuk bernyanyi lagu “disini senang disana senang” bersama dengan penyanyi dan bakul disana, setiap sabtu malam pengunjung juga dapat menyaksikan para bapak-bapak warga latihan karawitan. Jika ada acara musiman tertentu, akan menghadirkan pagelaran wayang, mengundang dari komunitas reog, kuda lumping untuk turut meramaikan suasana. Setiap bulan Oktober, diadakan *event* tahunan memetri Kampung Jawi dalam rangka untuk memperingati hari jadi Kampung Jawi yang turut mengundang tokoh penting seperti walikota Semarang, lurah Sukorejo dan camat Gunungpati. Selain itu, setiap hari Minggu Legi di pagi hari diadakan acara dengan sedekah atau syukuran berupa nasi berkat untuk mengingat sejarah Kampung Jawi yang dahulu buka tiap Minggu Legi. Selain hiburan, Kampung Jawi juga menyediakan berbagai kegiatan edukasi budaya untuk anak-anak, pelajar hingga masyarakat umum, seperti belajar bahasa Jawa, kerajinan anyaman janur dan bambu, permainan tradisional, hingga kelas memasak seperti membuat getuk sebagai cara mengenalkan budaya melalui aktivitas langsung. Dari hasil wawancara, ketua pengelola menyampaikan rencana inovasi atraksi baru untuk menambah variasi aktivitas wisata di Kampung Jawi seperti susur sungai, wahana gethek, serta kegiatan melukis caping. Pengembangan ini dirancang untuk menambah variasi pengalaman dan menarik pengunjung untuk datang kembali.

b. *Amenities* (Fasilitas)

Kampung Jawi menyediakan berbagai fasilitas dasar untuk mendukung kenyamanan pengunjung seperti 4 toilet dengan 2 toilet wanita dan 2 toilet pria, mushola, ayunan,

pendopo, panggung, listrik, papan informasi, meja kursi tempat makan yang tersebar disepanjang area wisata, hingga tempat penukaran kepeng. Selain fasilitas umum, Kampung Jawi juga dilengkapi 18 lapak kuliner dari bambu, area parkir yang cukup luas, serta akses ramah difabel sehingga semua pengunjung dapat menikmati wisata tanpa hambatan. Sistem kepeng yang digunakan sebagai alat transaksi tidak hanya berfungsi sebagai unsur budaya, tetapi juga menjadi cara pengelola dalam mengelola kontribusi untuk pemeliharaan fasilitas agar keberlanjutan wisata tetap terjaga dengan mengambil Rp 200 dari total harga kepeng Rp 3.500 sebagai uang pemeliharaan fasilitas. Melihat dari wisata yang masih diminati banyak wisatawan, wakil ketua pengelola menuturkan akan merencanakan tambahan fasilitas seperti ruang laktasi, *playground*, dan spot foto untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung.

c. Accessibility (Aksesibilitas)

Aksesibilitas dilihat dari hasil pengamatan, di beberapa titik menuju lokasi Kampung Jawi mengalami kerusakan pada aspal, jembatan yang roboh akibat cuaca dan tanah longsor, belum bisa terakses transportasi umum, serta akses jalan yang sempit sehingga kendaraan besar seperti bus sulit untuk mengakses menuju lokasi wisata dan tidak memiliki transportasi khusus bagi para wisatawan yang akan berkunjung. Di beberapa titik menuju Kampung Jawi, pengelola juga menambahkan penunjuk arah melalui kerja sama dengan pihak swasta untuk menghindari kebingungan bagi wisatawan yang baru pertama kali datang. Namun, ketika ada penutupan jalan akses utama ke Kampung Jawi cukup menyulitkan bagi wisatawan yang tidak paham jalan alternatif lain untuk menuju ke lokasi, terlebih gang-gang yang sempit juga akan menyulitkan pengendara mobil untuk mengakses jalan.

2. Strategi dalam Pengembangan Wisata Kuliner Kampung Jawi

a. Branding (Identitas)

Identitas Kampung Jawi dibangun melalui konsep visual yang mengangkat suasana era Majapahit yang tampak dari ornamen, dekorasi, hingga busana para pelaku wisata sebagai cara memperkuat identitas budaya di Kampung Jawi. Identitas tersebut memperkuat citra sebagai destinasi wisata kuliner berbasis budaya yang berbeda dari kampung tematik lainnya di Semarang dan untuk meningkatkan daya saing. Pengelola menonjolkan ciri khas unsur tradisional seperti obor, kepeng, gamelan, aktivitas budaya dan mengembangkan nama “Kampung Jawi” sebagai brand kuliner dengan menamai produk kuliner seperti sego berkat Kampung Jawi, getuk kawi, wedang kawi yang mana kawi adalah singkatan dari Kampung Jawi agar branding semakin melekat di ingatan pengunjung.

b. Advertising (Promosi)

Pengelola memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Tiktok dan lainnya untuk menarik lebih banyak wisatawan sebagai promosi kegiatan wisata, produk kuliner, dan atraksi budaya yang berlangsung di Kampung Jawi. Media sosial menjadi sarana penting untuk menarik lebih banyak wisatawan, terutama generasi muda. Selain promosi digital, pengelola menuturkan bahwa Kampung Jawi juga banyak dikenal melalui promosi dari mulut ke mulut

atau gethok tular melalui pengunjung yang membagikan pengalaman mereka kepada teman atau keluarga. Pengelola juga bekerja sama dengan sekolah, komunitas seni, dan media lokal untuk memperluas jangkauan promosi, sehingga Kampung Jawi semakin dikenal oleh masyarakat luas. Pada momen tertentu, pengelola mengadakan *event* budaya untuk menarik lebih banyak pengunjung sekaligus menambah variasi kegiatan yang dapat dinikmati.

c. *Selling* (Penjualan)

Penjualan utama di Kampung Jawi berasal dari produk kuliner yang dijual dengan transaksi menggunakan sistem kepeng sebagai daya tarik unik yang berbeda dari tempat lain. Selain kuliner, pengelola juga menyediakan paket wisata edukasi seperti membuat permainan tradisional, membuat kerajinan anyaman dari janur dan bambu, belajar gamelan, hingga memasak makanan tradisional yang dapat diikuti oleh pelajar maupun wisatawan umum. Melalui wawancara, ketua pengelola juga merencanakan pengembangan wahana tematik seperti susur sungai dan wahana gethek sehingga pengunjung memiliki lebih banyak pilihan aktivitas, serta berencana mengembangkan konsep wisata 24 jam dengan menyediakan homestay di sekitar Kampung Jawi agar pengunjung dapat menikmati pengalaman budaya secara lebih lengkap sekaligus membuka peluang penjualan produk dan jasa wisata yang lebih luas.

Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Wisata

Hasil dari penelitian mengungkapkan bahwa partisipasi masyarakat di Kampung Jawi terlihat cukup aktif, meski sebagian besar masih berada pada tingkat konsultatif dan fungsional dan masyarakat belum seluruhnya terlibat. Hanya pada kegiatan yang diadakan tiap Minggu Legi biasanya semua warga ikut serta. Di tingkat konsultatif, masyarakat diminta untuk memberi pendapat, namun belum berperan dalam pengambilan keputusan yang bersifat strategis. Mereka biasanya memberikan masukan atau ide melalui pertemuan forum RW atau rapat warga yang nantinya akan ditampung oleh pengelola. Pada tahap ini, pendapat mereka didengarkan dan diterima, namun yang menetapkan keputusan akhir tetap pengelola utama. Sementara itu, pada tingkat fungsional masyarakat turut serta dalam kegiatan operasional yang mendukung jalannya destinasi, seperti menyiapkan acara, mengelola lapak, menjaga kebersihan, hingga ikut tampil dalam atraksi seni. Pada tahap ini, partisipasi sudah lebih aktif, tetapi masih mengikuti arahan dari pengelola utama. Fungsional berarti warga berpartisipasi menjalankan peran tertentu, tetapi masih berada dalam batasan yang ditentukan pihak pengelola.

Partisipasi masyarakat di Kampung Jawi belum sampai pada tingkat interaktif. Pada tingkat ini, seharusnya masyarakat dan pengelola bekerja sama dalam merancang program, berdiskusi secara setara, dan menentukan arah pengembangan Kampung Jawi. Misalnya, belum ada forum perencanaan yang melibatkan berbagai kelompok di masyarakat untuk menciptakan inovasi kuliner, merancang konsep acara budaya, atau menentukan strategi pemasaran digital. Interaktif berarti masyarakat menjadi mitra setara dalam proses perencanaan dan pengambilan keputusan. Partisipasi juga belum sampai pada tingkat

mobilisasi mandiri, yaitu ketika masyarakat mampu memulai kegiatan tanpa menunggu arahan dari pengelola. Sebagai contoh, mereka bisa membentuk kelompok kerja baru, membuat inovasi kuliner khas, atau mengembangkan paket wisata secara swadaya. Pada tahap ini, masyarakat akan menjadi penggerak utama bukan sekadar pelaksana. Namun kenyataannya, hampir semua keputusan utama di Kampung Jawi hampir seluruhnya masih berada ditangan pengelola inti sehingga masyarakat belum sepenuhnya mandiri dalam merancang program wisata. Hal ini disebabkan karena ketua pengelola merasa tidak mungkin melibatkan semua masyarakat dalam perencanaan. Dalam jenis partisipasinya, kontribusi masyarakat yang paling menonjol berupa tenaga, ide, dan keterampilan. Mereka bergotong royong dalam mempersiapkan kegiatan, memberikan ide, serta memanfaatkan keterampilan seni, memasak, maupun kerajinan untuk mendukung daya tarik wisata. Sementara itu, partisipasi masyarakat berupa barang atau dana tidak banyak diberikan karena sebagian besar menggunakan anggaran dari kas, pemerintah dan menggunakan dana pribadi ketua pengelola. Jika dilihat dari tahapan partisipasinya, masyarakat paling banyak berperan pada tahap pelaksanaan karena terlibat langsung dalam operasional wisata dan pelaksanaan acara, seperti mengelola kuliner, mendukung jalannya acara, hingga ikut tampil di berbagai atraksi budaya, serta menikmati hasil dalam bentuk manfaat ekonomi dan sosial. Namun, dalam tahap perencanaan, hanya segelintir tokoh masyarakat yang terlibat, sehingga proses penyusunan program belum sepenuhnya inklusif. Tahapan evaluasi juga belum berjalan dengan baik karena belum dilakukan secara rutin dan tidak melibatkan semua pihak, sehingga masukan dari masyarakat belum sepenuhnya terpenuhi dalam perbaikan destinasi ke depannya.

Pembahasan

Strategi Pengembangan Berdasarkan 3A (*Attraction, Amenities, Accessibility*) dan Konsep BAS (*Branding, Advertising, Selling*)

Pengembangan Kampung Jawi terlihat melalui penerapan konsep 3A (Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas), di mana daya tarik budaya serta kuliner lokal menjadi bagian utama dari destinasi ini. Pengelolaan atraksi harus dilakukan dengan baik agar dapat menarik lebih banyak wisatawan, sementara akses ke lokasi wisata perlu dibenahi agar mudah dijangkau pengunjung, mengingat masih sering terjadi kerusakan pada jalan atau jembatan yang disebabkan oleh tanah longsor dan cuaca buruk. Fasilitas pendukung seperti tempat makan, area parkir, toilet, mushola, panggung, ayunan dan pendopo merupakan komponen penting agar pengalaman berwisata menjadi nyaman dan menyenangkan. Dalam hal pemasaran, strategi BAS (*Branding, Advertising, Selling*) sangat relevan untuk memperkenalkan konsep unik Kampung Jawi. *Branding* bisa dibangun melalui kesenian budaya Jawa, makanan khas, dan suasana yang unik. Sementara dalam hal *advertising*, media sosial dan konten digital bisa menjadi alat yang efektif untuk dapat menjangkau banyak orang dengan biaya terjangkau. Sedangkan *selling* bisa dilakukan dengan menyusun paket wisata, edukasi pembuatan permainan tradisional, edukasi gamelan, edukasi kerajinan dan acara musiman yang dapat menarik banyak pengunjung untuk datang.

Dengan memadukan pendekatan 3A dan BAS, Kampung Jawi dapat memperkuat

daya tarik sebagai destinasi sekaligus menjangkau lebih banyak wisatawan. Strategi ini tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan tetapi juga meningkatkan kesadaran akan budaya lokal. Perpaduan daya tarik lokal, fasilitas penunjang, kemudahan akses, serta promosi yang kreatif akan membantu Kampung Jawi berkembang menjadi destinasi wisata yang berkelanjutan dan bermakna. Hal ini selaras dengan temuan penelitian sebelumnya yang menggunakan pendekatan serupa, dimana Dewi et al., (2022) menunjukkan bahwa penerapan 3A bersamaan dengan strategi BAS dapat memperkuat identitas destinasi, meningkatkan kualitas atraksi, serta memberikan dampak nyata pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Temuan ini relevan dengan kondisi Kampung Jawi yang sedang berusaha mengembangkan daya tarik budaya Jawa, kuliner lokal, serta mengoptimalkan fasilitas penunjang seperti toilet, area makan serta aksesibilitasnya.

Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Wisata

Partisipasi masyarakat menjadi sangat penting dalam keberhasilan pengembangan wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat ada dalam beberapa tingkat partisipasi seperti yang dijelaskan oleh Meray. Pada tahap tertentu masyarakat tampak berada pada tingkat partisipasi fungsional, misalnya terlibat membantu dalam kegiatan operasional atau kegiatan yang telah ditentukan oleh pihak luar. Namun, pada beberapa aktivitas tahapan partisipasi interaktif belum tercapai, dikarenakan masyarakat masih kurang terlibat dalam perencanaan untuk merumuskan inovasi kuliner, konsep acara budaya, atau strategi pemasaran digital terutama dalam pengemasan atraksi dan pengelolaan acara budaya. Di tahapan interaktif seharusnya warga terlibat langsung dalam proses diskusi, perencanaan, hingga menentukan langkah pengembangan (Hasyim & Priyono, 2023). Jika dibandingkan dengan teori Uphoff, Cohen, dan Goldsmith, partisipasi masyarakat terlihat sudah berjalan pada tahap pelaksanaan dan mulai mengarah pada tahap perencanaan, meskipun belum merata. Mereka juga berkontribusi dalam bentuk tenaga, ide, dan keahlian sebagaimana diuraikan oleh Hamijoyo (Sulistiyorini et al., 2015). Misalnya, masyarakat membantu menyediakan tenaga di kegiatan operasional, memberikan ide terkait pengembangan atraksi, serta menyumbangkan keahlian mereka dalam bentuk edukasi wisata.

Meski demikian, tantangan muncul pada tahap evaluasi, ketika masyarakat belum sepenuhnya terlibat dalam tahap evaluasi dan tahapan mobilisasi mandiri yang seharusnya terbentuk ketika pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat membangun kerangka kerja untuk mendukung suatu kegiatan. Dukungan dari pemerintah dan pendampingan yang berkelanjutan diperlukan untuk mewujudkan partisipasi dalam inisiatif (mobilisasi mandiri). Penelitian oleh Astiti (2025) menunjukkan partisipasi aktif masyarakat, dukungan pemerintah, dan strategi yang berkelanjutan adalah faktor penting dalam kesuksesan pengembangan destinasi wisata. Secara keseluruhan, pola partisipasi masyarakat sudah berkembang, namun perlu ditingkatkan lagi partisipasi masyarakat agar menjadi lebih mandiri dan interaktif yang sangat berpengaruh terhadap keberlanjutan pengembangan wisata di masa depan. Ardianti & Eprilianto (2022) menyatakan bahwa untuk mendukung keberhasilan pengembangan pariwisata perlu meningkatkan partisipasi masyarakat terutama pada kalangan pemuda sebagai generasi penerus, memperbaiki fasilitas, dan menjaga hubungan baik antara pemerintah desa dan masyarakat.

SIMPULAN

Pengembangan wisata kuliner Kampung Jawi memperlihatkan bahwa penerapan strategi 3A dan BAS berperan penting dalam membentuk identitas dan karakter destinasi berbasis budaya. Daya tarik utama berupa kuliner tradisional, atraksi budaya, penggunaan kepeng, serta suasana bernuansa khas Jawa berhasil menjadi ciri khas yang menjadikan Kampung Jawi berbeda dengan tempat wisata kuliner lainnya. Meskipun demikian, beberapa aspek dalam pengembangannya masih perlu diperhatikan, seperti aksesibilitas, fasilitas pendukung, inovasi pada produk kuliner, serta memerlukan perencanaan yang lebih sistematis dalam pengelolaan untuk memberikan pengalaman wisata yang berkesan. Dalam hal pemasaran, pemanfaatan media sosial belum berjalan efektif dikarenakan pengelola jarang mengunggah konten secara konsisten dan lebih mengandalkan promosi gethok tular (mulut ke mulut). Akibatnya jangkauan promosi menjadi terbatas, sehingga kemampuan destinasi untuk menarik wisatawan baru masih belum maksimal. Diperlukan peningkatan kemampuan pengelola dalam promosi digital agar strategi pemasaran dapat mengikuti perkembangan pariwisata saat ini. Partisipasi masyarakat terlihat cukup aktif terutama pada tahap pelaksanaan kegiatan wisata, seperti operasional pasar kuliner, mendukung atraksi budaya, dan pengelolaan lingkungan. Namun, keterlibatan masyarakat pada tahap perencanaan dan evaluasi masih kurang. Dengan demikian, keberlanjutan pengembangan Kampung Jawi sebagai destinasi wisata kuliner berbasis budaya sangat membutuhkan kerjasama yang kuat antara pengelola, masyarakat, dan pemerintah, disertai penguatan inovasi, promosi digital, serta optimalisasi partisipasi masyarakat secara lebih menyeluruh dan berkesinambungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, Y., & Eprilianto, D. F. (2022). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Community Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Community Based Tourism (Studi Pada Desa Tanjung Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto). *Publika*, 10(4), 1269–1282. <https://doi.org/10.26740/publika.v10n4.p1269-1282>
- Astiti, A. A. E. P. D. (2025). Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Destinasi Wisata Bayan di Kabupaten Lombok Utara. *Journal Of Responsible Tourism*, 5(1), 513–526. <https://ejournal.stpmataram.ac.id/JRT/article/view/3902/2997>
- Dewi, S. N., Dienaputra, R., & Rakhman, C. U. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Lambangjaya. *Barista: Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata*, 9(1), 61–71. <https://doi.org/10.34013/barista.v9i1.394>
- Hajaroh, L., & Mulyono, S. E. (2014). Partisipasi Anggota Kelompok Swadaya Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Melalui Badan Keswadayaan Masyarakat Di Kelurahan Kandri Kota Semarang. *Journal of Non Formal Education and Community Empowerment*, 3(2), 30. <https://journal.unnes.ac.id/sju/jnfc/article/view/3733>
- Hasyim, A. W., & Priyono. (2023). *Manajemen Pariwisata* (Sudarno, A. W. Jabib, & U. B. Siadari (eds.)). Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.

- Juriah, S., & Nugroho. (2025). The Application Of Branding Concepts In Tourism Villages : Building Local Destination Identity In Banyubiru Subdistrict , Semarang Regency. *Journal Multidisiplin Indonesia (JOURMI)*, 3(2), 1–7. <https://doi.org/10.62007/joumi.v3i2.458>
- Kedang, R. N. M., & Soesilo, N. I. (2021). Sustainable tourism development strategy in Bintan Regency based on Tourism Area Life Cycle Sustainable tourism development strategy in Bintan Regency based on Tourism Area Life Cycle. *Journal of Environmental Science and Sustainable Development Symposium*, 716(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/716/1/012138>
- Kurniati, R., Shifa, B., & Nurini. (2021). *Sustainability of Kampung Jawi as Tourist Destination in Semarang City During Covid-19 Pandemic*. 01080, 13. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131701080>
- Malik, A., & Mulyono, S. E. (2017). Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal melalui Pemberdayaan Masyarakat. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1(1), 88. <https://doi.org/10.15294/pls.v1i1.15151>
- Mau, D. P., Mau, Y. P., Wibowo, O. H., Kurniansah, R., Artana, I. W. A., & Ariawan, I. W. A. P. (2024). Pelestarian Wisata Kuliner Lokal dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Surabaya Preservation of Local Culinary Tourism in Improving the Economy of Local. *Greenomika Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 06(2), 123–134. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2024.06.2.3>
- Moleong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Putri, D. P., & Suminar, T. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Pada Desa Wisata “Kampung Kokolaka” Kelurahan Jatirejo Kota Semarang. *ENGANG: Jurnal Pendidikan, Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 3(2), 93–103. <https://doi.org/10.37304/enggang.v3i2.8822>
- Rahmawati, E., & Kisworo, B. (2017). Peran Pendamping dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin melalui Program Keluarga Harapan. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1(2), 162. <https://doi.org/10.15294/pls.v1i2.16271>
- Ramadhani, Suswanta, & Shaddiq, S. (2021). E-Marketing of Village Tourism Development Strategy (Case Study in the Tourist Village Puncak Sosok). *Journal of Robotics and Control (JRC)*, 2(2). <https://doi.org/10.18196/jrc.2255>
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable Tourism Development and Competitiveness: The Systematic Literature Review. *Sustainable Development*, 29(1), 259–271. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/sd.2133>
- Sucipto, N. R., & Sutarto, J. (2015). Pemberdayaan Masyarakat Miskin Untuk Meningkatkan Kecakapan Hidup Melalui Kursus Menjahit Di LKP Elisa Tegal. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 4(2), 136. <https://journal.unnes.ac.id/sju/jnfc/article/view/8051>
- Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sulistiyorini, N. R., Darwis, R. S., & Gutama, A. S. (2015). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Sampah Di LINGKUNGAN MARGALUYU KELURAHAN CICURUG. *Share Social Work*, 5(1), 71–80. <https://doi.org/10.24198/share.v5i1.13120>
- Suminar, T., Raharjo, T. J., Siswanto, Y., Aslikhah, A., & Watianur, L. M. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Home Industry Ramah Lingkungan pada Wisata Kampung Jawi Kota Semarang. *Jurnal Pendidikan Masyarakat Dan Pengabdian*, 03(June), 283–290. <https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/dikmas/article/view/1972>
- Sutrisno, D. C. (2013). Pengaruh Jumlah Obyek Wisata, Jumlah Hotel, Dan PDRB Terhadap Retribusi Pariwisata Kabupaten / Kota Di Jawa Tengah. *Economics Development Analysis Journal*, 2(4), 435–445. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj>
- Untari, D. T. (2019). The development strategy of Betawi Eco-Culinary Tourism as a potential business in DKI Jakarta , Indonesia. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8, 1–9. <https://www.scopus.com/pages/publications/85078293629>
- Wibowo, Y. A., & Ronggowulan, L. (2021). Potential analysis and community-based sustainable tourism development strategy (a case of kampung menjing , sukoharjo regency , central java , indonesia) Potential analysis and community-based sustainable tourism development strategy (a case of kampun. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 683(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/683/1/012112>