

## **PENGEMBANGAN WISATA EDUKASIPADA INDUSTRI BATIK TULIS DEANDRA KOTA BANDAR LAMPUNG**

Muhammad Luthifar Syach Anwar <sup>1)</sup>, Emrizal <sup>2)</sup>, Marciella Elyanta <sup>3)</sup>

Prodi Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata Politeknik Pariwisata, Medan,  
Indonesia <sup>1,2,3)</sup>

Corresponding Author:

[luthifarofficial@gmail.com](mailto:luthifarofficial@gmail.com) <sup>1)</sup>, [emrizal@poltekpar.ac.id](mailto:emrizal@poltekpar.ac.id) <sup>2)</sup>, [marciella.e@gmail.com](mailto:marciella.e@gmail.com) <sup>3)</sup>

### **Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis permintaan wisata edukasi di Rumah Batik Tulis Deandra Kota Bandar Lampung, menganalisis penawaran wisata edukasi di Rumah Batik Tulis Deandra Kota Bandar Lampung, serta merancang strategi pengembangan produk wisata edukasi di Rumah Batik Tulis Deandra Kota Bandar Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kombinasi. Teknik pengumpulan data menggunakan studi kepustakaan, observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner. Sedangkan Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi, serta pengujian keabsahan data. Hasil dalam penelitian ini yaitu: 1) Permintaan wisata edukasi pada rumah batik tulis Deandra cukup tinggi berasal dari Lampung dengan atraksi utamanya adalah kegiatan belajar membatik, meskipun mayoritas pengunjung datang untuk berbelanja, aksesibilitas ke lokasi baik, dengan amenities memadai seperti tempat ibadah dan penginapan, tetapi perlu perbaikan tempat parkir dan tempat makan, sementara layanan tambahan seperti pembayaran non-tunai, ATM, dan pom bensin sangat membantu dengan aktivitas wisata di dominasi oleh pembelajaran membatik dan belanja, akan tetapi untuk paket wisata yang ditawarkan masih terbatas dan belum ada kerja sama dengan agen perjalanan. 2) Penawaran wisata edukasi di rumah Batik Tulis Deandra sangat baik, aksesibilitas ke lokasi cukup baik dan mudah diakses, layanan fasilitas dan layanan pembayaran non-tunai serta aktivitas dalam belajar membatik, melihat proses pembuatan membatik, dan berbelanja batik khas Lampung meskipun penawaran paket wisata masih terbatas dan belum ada Kerjasama dengan agen perjalanan, sedangkan SDM berasal dari warga sekitar dan telah dilatih untuk memberikan pelayanan. 3) Strategi pengembangan wisata edukasi di Rumah Batik Deandra sudah cukup baik mulai dari meningkatkan branding, pengembangan SDM, pengembangan inovasi produk, serta pengembangan dalam fasilitas dan penyediaan paket yang bervariasi.

**Kata Kunci: Batik Tulis; Penawaran; Permintaan; Wisata Edukasi**

### **Abstract**

The purpose of this study was to analyze the demand for educational tourism at the Deandra Batik House in Bandar Lampung City, analyze the offer of educational tourism at the Deandra Batik House in Bandar Lampung City, and design a strategy for developing educational tourism products at the Deandra Batik House in Bandar Lampung City. The research method used is a combination research method. Data collection techniques use literature studies, observations, interviews and questionnaires. While the data analysis techniques used in this study are using data reduction, data presentation, conclusions and verification, and testing the validity of the data. The results of this study are: 1) The demand for educational tourism at the Deandra Batik House is quite high from Lampung with the main attraction being batik learning activities, although the majority of visitors come to shop, accessibility to the location is good, with adequate amenities such as places of worship and lodging, but parking and dining areas need to be improved, while additional services such as non-cash payments, ATMs, and gas stations are very helpful with tourism activities dominated by batik learning and shopping, but the tour packages offered are still limited and there has been no cooperation with travel agents. 2) The educational tourism offer at Deandra's Batik Tulis house is very good, accessibility to the location is quite good and easy to access, facility services and non-cash payment services as well as activities in learning batik, seeing the batik making process, and shopping for Lampung's typical batik even though the tour package offer is still limited and there is no cooperation with travel agents, while human resources come from local residents and have been trained to provide services. 3) The educational tourism development strategy at Deandra's Batik House is quite good, starting from improving branding, developing human resources, developing product innovation, and developing facilities and providing various packages.

**Keywords : Batik Tulis, Supply, Demand, Educational Tourism**

## **PENDAHULUAN**

### **History:**

Received : 25 April 2024

Revised : 29 Mei 2024

Accepted : 23 November 2024

Published : 22 Desember 2024

**Publisher:** LPPM Universitas Darma Agung

**Licensed:** This work is licensed under

**Attribution-NonCommercial-No**

**Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0)**



Banyak orang umumnya hanya mengenal batik tulis dari Pulau Jawa, padahal batik tulis juga bisa ditemukan di Pulau Sumatera, seperti yang dihasilkan oleh industri batik tulis Deandra di Kota Tapis Berseri. Batik tulis dapat dianggap sebagai warisan budaya yang menggunakan sumber daya budaya sebagai modal utamanya. Di Lampung, batik tulis sudah hadir sejak tahun 2001. Menurut Wulandari (2011) meskipun Provinsi Lampung tidak jauh dari Pulau Jawa, motif dan perkembangan batik di Lampung sangat berbeda dengan yang ada di Jawa. Batik Lampung biasanya menggunakan motif budaya Lampung seperti siger, tapis, dan lain-lain, dengan dominasi motif geometris dan warna dasar biru.

Wisata edukasi menjadi bagian dari wisata minat khusus yang menggabungkan pendidikan dan pariwisata. Keduanya, meski berbeda, saling melengkapi. Pendidikan yang diterapkan dalam kegiatan pariwisata menjadi metode pembelajaran yang aktif dan kreatif, serta menjadi alternatif metode belajar yang relevan. Menurut Wijayanti (2018), wisata edukasi melibatkan berbagai aspek seperti permintaan pariwisata (termasuk lingkungan fisik dan sosial, atraksi wisata, sumber daya, dan pasar), proses penawaran wisata edukasi (termasuk layanan dan diversifikasi produk), serta pengalaman wisata edukasi yang melibatkan proses pembelajaran.

Industri batik tulis Deandra Lampung saat ini fokus pada produksi dan penjualan batik. Selain itu, mereka juga menawarkan paket wisata edukasi berupa kegiatan membatik, namun belum optimal. Peneliti melihat peluang untuk mengembangkan industri ini membuat wisata edukasi yang lebih luas, karena masih banyak orang yang belum mengetahui bahwa batik juga ada di Provinsi Lampung, bukan hanya di Pulau Jawa. Pengembangan ini penting untuk melestarikan batik tulis di era modern seperti sekarang.

Menurut UU Kepariwisata Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 tentang pariwisata, pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Indonesia memiliki potensi pariwisata yang besar dengan didukung oleh kekayaan dan keanekaragaman alam dan budaya. Hal tersebut menjadikan pariwisata sebagai salah satu bidang andalan dalam pembangunan ekonomi Indonesia.

Pendapat lainnya menerangkan pariwisata merupakan kegiatan rekreasi di luar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. Sebagai suatu aktivitas, pariwisata sudah menjadi bagian yang cukup mendasar dari kebutuhan dasar penduduk maju dan sebagian penduduk kecil negara berkembang (Damanik dalam Arida, 2017).

Daya tarik wisata antara masing-masing daerah cukup berbeda, beragam, antara satu dan yang lain saling melengkapi dan bertanding untuk memikat kunjungan para pelancong, dalam setiap destinasi wisata tidak lepas akan 3A di dalamnya menurut (Inskeep 1991 dalam Yoeti (2007) yaitu:

- a. Aksesibilitas (*Accessibility*): Pada intinya semua sarana yang menunjang kemudahan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi, jika hal ini tidak mungkin pariwisata dikembangkan sebagai suatu daya tarik. seperti bandara, pelabuhan, stasiun kereta, jalan tol, jembatan, transportasi, dll.
- b. Fasilitas (*Amenities*): Wujud fasilitas yang membagikan jasa bagi pelaku wisata buat semua kebutuhan ketika berada di suatu destinasi ataupun daya tarik wisata, sebagaimana: penginapan (hostel, homestay, villa, guest house), rumah makan, toilet, bar, tempat hiburan, tempat belanja, pusat oleh-oleh, dan hal lainnya. industri inilah yang memberi servis bila para pengunjung yang berkunjung di suatu daya tarik wisata.
- c. Daya Tarik (*Attraction*): Semua objek dan atraksi yang tersedia di destinasi sebagai daya tarik untuk pengunjung mau datang berkunjung ke negara, kota

serta daya tarik wisata tersebut. Adapun jenis daya tarik ini yaitu: sumber daya alam, budaya, taman hiburan, kegiatan olahraga dan acara (buatan).

### **A. Pengembangan Produk Baru**

Yoeti (2018) menyatakan pengembangan produk pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan dengan sengaja dan terencana untuk memperbaiki produk yang sudah ada atau meningkatkan macam produk yang akan diperjualkan. Produk baru yang diciptakan harus disesuaikan dengan kebutuhan pengguna agar dapat dipasarkan dengan baik. Dengan demikian, produk baru tidak bisa dihasilkan secara kebetulan, melainkan harus melalui penelitian atau analisis pasar yang mendalam. Pengembangan produk baru perlu ditinjau oleh manajemen, sehingga produk yang dihasilkan telah dipertimbangkan dengan matang dan objektif. Selain itu, penting untuk melakukan modifikasi pada produk lama agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Dengan cara ini, produk tersebut dapat terus diperluas penggunaannya dan memperkuat posisinya di pasar yang sudah ada.

Dalam menghasilkan produk baru ada beberapa kriteria yang perlu diperhatikan, yaitu;

- a. Perkembangan potesial dari pasar produk baru yang akan diproduksi;
- b. Struktur pasar dan keahlian dalam marketing untuk memasarkan produk baru tersebut;
- c. Fasilitas keuangan, apakah cukup tersedia dana untuk mengembangkan produk baru tersebut;
- d. Situasi persaingan perlu ditinjau apakah posisi produk bar itu cukup kuat bersaing dengan produk pesaing;
- e. Produk baru yang dikembangkan tidak dapat merusak produk yang telah ada dan tidak untuk merugikan perusahaan sebagai keseluruhan.

### **B. Wisata Edukasi**

Perjalanan yang terorganisir dengan baik dan dipimpin oleh pemandu yang berpengalaman memungkinkan terjadinya kombinasi antara kegiatan rekreasi dan pembelajaran melalui interaksi antara peserta, penyelenggara perjalanan, dan masyarakat lokal sebagai bagian dari keseluruhan pengalaman. Wisata edukasi ini biasanya berlangsung dalam jangka waktu tertentu, minimal 24 jam jauh dari rumah, dan umumnya dalam suasana informal (Sie dkk, 2016).

Sedarmayati dkk (2018) menjelaskan bahwa wisata minat khusus sebagai kegiatan perjalanan wisata di mana pengunjung mengunjungi suatu tempat dengan motivasi khusus yang berkaitan dengan daya tarik atau aktivitas tertentu yang tersedia di lokasi tersebut.

Menurut Wijayanti (2018), aktivitas pariwisata edukasi melibatkan tiga unsur utama: kurikulum, teks, dan guru. Kurikulum dalam konteks ini dianalogikan dengan proses perjalanan itu sendiri, sementara teks mencakup elemen-elemen seperti orang, tempat, dan peristiwa. Guru, dalam hal ini, berfungsi sebagai pembimbing atau konselor. Perjalanan dianggap sebagai kurikulum pada proses pembelajaran, karena melibatkan perencanaan yang matang.

Pariwisata edukasi memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari jenis pariwisata lainnya, dengan aktivitas yang beragam, mulai dari mengenal sekolah, adat istiadat, belajar bahasa, hingga mengikuti seminar serta melakukan penelitian (Yuan, 2003 dalam Wijayanti, 2018). Motivasi utama dalam wisata edukasi ialah untuk mencukupi kebutuhan belajar, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pariwisata edukasi juga berperan dalam meningkatkan standar akademik dalam dunia pendidikan, sehingga menjadi dorongan kuat untuk pengembangan pendidikan. Motivasi ini menciptakan permintaan wisatawan serta membuka kesempatan untuk pengelola atraksi wisata untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

### C. Model Wisata Edukasi

Untuk Rancangan model wisata edukasi pada Rumah Batik Tulis Deandra Kota Bandar Lampung maka pada penelitian ini mengadaptasi dari Wijayanti (2018), “yang dimana model ini mengkombinasikan antara pendekatan pasar dan produk. Faktor permintaan pasar sebagai faktor yang penting dalam pariwisata edukasi belum menjadi pertimbangan. Keberhasilan pengelolaan pariwisata edukasi tergantung pada pemenuhan permintaan pasar pariwisata edukasi, yakni pengalaman pembelajaran dalam aktivitas wisata.

Permintaan pariwisata edukasi yang terdiri dari lingkungan fisik dan sosial, atraksi wisata, sumber daya (pasar existing dan potensial) Tahap pertama merupakan permintaan pariwisata yang Menurut Medlik, 1980 (dalam Ariyanto, 2005), faktor-faktor utama dan faktor pendukung yang memengaruhi permintaan pariwisata dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Harga: harga yang tinggi pada suatu daerah tujuan wisata akan memberikan imbas atau timbal balik pada wisatawan yang akan bepergian, sehingga permintaan wisatapun akan berkurang begitu pula sebaliknya.
- b) Pendapatan: apabila pendapatan suatu negara tinggi, kecenderungan untuk memilih daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin tinggi dan bisa jadi calon wisatawan membuat sebuah usaha pada daya tarik wisata jika dianggap menguntungkan.
- c) Sosial Budaya: dengan adanya sosial budaya yang unik dan bercirikan atau berbeda dari apa yang ada di negara calon wisata berasal maka, peningkatan permintaan terhadap wisata akan tinggi hal ini akan membuat sebuah keingintahuan dan penggalian pengetahuan sebagai khasanah kekayaan pola pikir budaya wisatawan.
- d) Sosial Politik (Sospol): dampak sosial politik belum terlihat apabila keadaan daya tarik wisata dalam situasi aman dan tenteram. Namun, apabila hal tersebut dianggap berseberangan dengan kenyataan, maka sospol akan sangat terasa dampak dan pengaruhnya dalam terjadinya permintaan.
- e) Intensitas keluarga: banyak atau sedikitnya keluarga juga berperan dalam permintaan wisata. Hal ini dapat diratifikasi, misalnya jika jumlah keluarga yang banyak maka keinginan untuk berlibur dari salah satu keluarga tersebut akan semakin besar. Dari hal tersebut dapat dilihat dari kepentingan wisata itu sendiri.
- f) Harga barang substitusi: di samping kelima aspek di atas, harga barang pengganti juga termasuk dalam aspek permintaan, di mana barang-barang pengganti dianggap sebagai pengganti daya tarik wisata yang dijadikan cadangan alternatif dalam berwisata seperti Bali sebagai tujuan wisata utama di Indonesia, akibat suatu dan lain hal Bali tidak dapat memberikan kemampuan dalam memenuhi syarat-syarat daya tarik wisata sehingga secara tidak langsung wisatawan akan mengubah tujuannya ke daerah terdekat misalkan seperti Malaysia dan Singapura.
- g) Harga barang komplementer: merupakan sebuah barang yang bersifat membantu atau saling melengkapi. Apabila dikaitkan dengan pariwisata, barang komplementer didefinisikan sebagai sebuah sebagai objek wisata yang saling melengkapi dengan objek wisata lainnya.

### METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang mengunjungi industri Batik Tulis Deandra di Kota Bandar Lampung. Pada tahun 2022, jumlah kunjungan ke Batik Deandra mencapai 5.649 orang. Sampel dalam penelitian ini mencakup narasumber, pemberi informasi, atau partisipan, yaitu pengunjung industri Batik Tulis Deandra. Penelitian ini menggunakan metode Non-Probability Sampling,

lebih detail lagi menggunakan Purposive Sampling. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin menurut Sugiyono (2018), dengan tingkat kelonggaran kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%. Pendekatan ini dipilih karena adanya keterbatasan waktu dan tenaga. Oleh karena itu, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah responden yang diinginkan. Jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini adalah 98 orang, yang akan dibagikan kuesioner di Batik Deandra. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan, observasi, wawancara, kuesioner. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, kesimpulan dan verifikasi

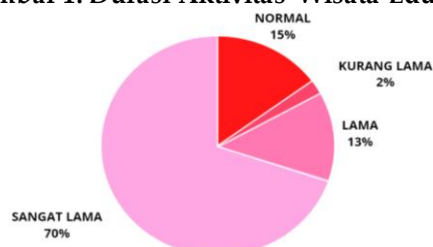
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Permintaan wisata edukasi (hasil lingkungan fisik dan sosial, atraksi wisata, sumber daya (pasar existing dan potensial)

Pada tahap ini peneliti melakukan wawancara kepada para pihak pengunjung sebanyak 10 orang dari 100 orang sebagai sampel tambahan kepada pengunjung yang sudah pernah dari batik tulis Deandra, bahwa dalam hal ini peneliti bertanya apa harapan dan keinginan dari pengunjung kedepannya,

- Bahwa 8 dari 10 pengunjung mereka menginginkan sebuah paket belajar membatik yang cukup terjangkau harganya,
- Sebanyak 10 responden ini berharap disediakan tempat mushola bersama.
- Para responden juga berharap dapat buat paket yang tidak terlalu lama.
- Diberikan ice breaking untuk membuat suasana tidak terlihat bosan.
- Para responden juga berharap bahwa pengelola dan sdm dapat menggunakan pakaian yang seragam, sebagai bentuk ciri khas dari batik Deandra agar terlihat rapih.
- Para pengunjung berharap disediakan juga untuk parkir kendaraan yang nyaman, dan aman.
- Dibuatkan zonasi yang lebih tertata, agar lebih nyaman kembali.
- Bisa di lengkapi seperti buku yang membahas batik lampung, sebagai bahan bacaan para pengunjung.

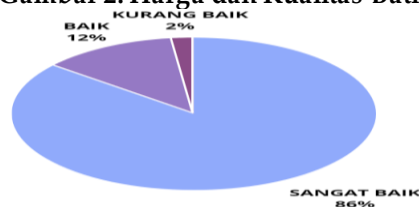
Gambar 1. Durasi Aktivitas Wisata Edukasi



Sumber: Olahan Peneliti 2023

Sebanyak 100 responden yang didapatkan, mereka menilai untuk durasi pembelajaran membatik terbilang sangat lama 75% yang menghabiskan waktu hingga 5 jam, 13% lama, serta 15% merasa waktunya cukup normal dan 2% responden menjawab kurang lama durasi yang di berikan dari batik Deandra ini.

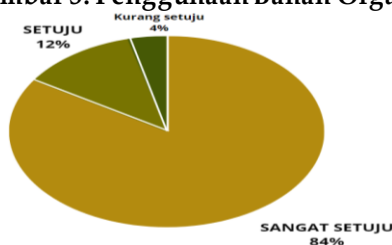
Gambar 2. Harga dan Kualitas Batik



Sumber: Olahan Peneliti 2023

Sebanyak 100 responden yang ditemui peneliti bahwa para responden menilai harga dan kualitas yang diberikan 86% menilai sangat baik, 12% menilai baik dan 2% menilai menilai kurang baik.

**Gambar 3. Penggunaan Bahan Organik**



Sumber: Olahan Peneliti 2023

Para responden yang datang menilai sangat setuju sebanyak 84% apabila batik Deandra menggunakan bahan-bahan yang organik dan ramah lingkungan, 12% setuju dan sebanyak 4% menilai kurang setuju apabila menggunakan bahan organik lantaran warna yang di hasilkan kurang optimal.

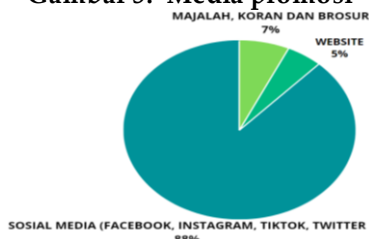
**Gambar 4. Media pembelajaran**



Sumber: Olahan Peneliti 2023

Para pengunjung yang ditemui peneliti memiliki pendapat yang bisa dikatakan sebagai permintaan untuk metode pembelajaran yang cocok di gunakan di batik Deandra lampung seperti 60% lebih cocok dengan metode belajar dan bermain, 15% menggunakan video documenter, 10% belajar dan mempraktikkan langsung, 10% berdiskusi dan 5% benar semua.

**Gambar 5. Media promosi**



Sumber: Olahan Peneliti 2023

Penyebaran angket kepada 100 responden, para responden memberikan rekomendasi mengenai media yang dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan batik tulis Deandra yaitu sebanyak 88% memilih untuk menggunakan media sosia seperti facebook, Instagram, tiktok ataupun twitter, serta sebanyak 7% menggunakan majalah, koran ataupun brosur, dan sisanya menyarankan menggunakan website.

## B. Hasil Dokumentasi

Ini merupakan hasil dokumentasi yang di dapatkan oleh peneliti selama melakukan penelitian secara langsung pada batik tulis Deandra untuk menjawab Permintaan wisata edukasi (hasil lingkungan fisik dan sosial, atraksi wisata, sumber daya (pasar existing dan potensial), Penawaran wisata edukasi (hasil pelayan pariwisata edukasi, konsentrasi atau diversifikasi produk (produk existing dan potensial). Pengalaman wisata edukasi di Industri Batik Tulis Deandra Kota Bandar Lampung.

**C. Permintaan wisata edukasi (hasil lingkungan fisik dan sosial, atraksi wisata, sumber daya (pasar existing dan potensial))**

**Gambar 6. Koleksi Batik**



*Sumber: Dokumentasi Peneliti 2023*

Gambar di atas adalah tempat galeri batik yang dimana galeri ini sebagai tempat untuk memajangkan hasil karya dari batik tulis yang akan di pasarkan kepada para pengunjung yang datang untuk mencari buah tangan yang memiliki ciri khas dari Lampung yaitu batik tulis. Dalam waktu seminggu batik Deandra bisa memproduksi batik lebih dari 100 kain batik tulis untuk di pasarkan, dan tidak jarang mendapat pesanan kain batik untuk seragam kerja dari beberapa instansi baik dari pemerintah ataupun swasta.

**Gambar 7. Tungku dan Kualiti Kecil**



*Sumber: Dokumentasi Peneliti 2023*

Gambar di atas ini merupakan tempat untuk menampung cairan lilin atau malam, tempat ini menggunakan kualiti kecil dan ditambah dengan tungku listrik sebagai alat untuk memanaskan lilin tersebut agar tetap cair, untuk malam atau lilin ini sendiri harus tetap dalam kondisi panas, karena jika dingin maka cairan ini akan kembali mengeras dan tidak dapat membuat pola pada kain, cairan lilin ini sebagai untuk membuat pola pada kain batik yang telah dibuat desainnya menggunakan pensil lalu di timpah dengan cairan malam agar pola dan motif dapat terlihat lebih jelas.

**Gambar 8. Canting**



*Sumber: Dokumentasi Peneliti 2023*

Gambar di atas merupakan perlengkapan buat membatik yang pertama merupakan tempat menampung cairan malam yang berbentuk tungku dengan kualiti yang harus panas terus agar cairan malam tidak cepat kering dan mengeras kembali, lalu alat yang selanjutnya yaitu bernama Canting dengan memiliki bentuk seperti pipa kecil dan di bagian ujungnya terdapat seperti jarum kecil yang berfungsi untuk jalur keluarnya cairan malam yang di tampung pada canting dan kemudian membuat pola batik dengan cairan malam yang telah di panaskan agar terlihat lebih jelas.

**Gambar 9. Proses pembuatan pola**



*Sumber: Dokumentasi Peneliti 2023*

Gambar di atas merupakan kondisi dimana para pekerja dari industri batik Deandra melakukan proses pembuatan pola agar terlihat jelas yang sebelumnya sudah di buat menggunakan pensil dan proses memperjelas pola ini menggunakan cairan lilin malam sebelum dilakukan pewarnaan. untuk proses pembuatan pola ini dikerjakan oleh pengrajin yang berbeda dari pengrajin pewarnaan, jadi pekerjaannya dibagi tugas sesuai kemampuan yang di miliki masing-masing.

**Gambar 10. Proses Pewarnaan Batik**



*Sumber: Dokumentasi Peneliti 2023*

Gambar di atas merupakan bagian proses dari pengerjaan pada batik Deandra yaitu proses pewarnaan, yang dimana pada tahap ini merupakan proses lanjutan setelah tahap penebalan pola yang menggunakan cairan lilin malam dan kemudian setelah cairan malam hingga sudah kering pada kain, lalu selanjutnya akan dilakukan proses pewarnaan sesuai dengan motif batiknya yang bercirikhasan dari Provinsi Lampung.

Kondisi lingkungan fisik dan sosial yang ada di Batik Deandra berdasarkan dari penelitian yang dilakukan melalui observasi, dokumentasi, penyebaran angket dan wawancara secara langsung, di lapangan, Bahwa untuk mengetahui kondisi lingkungan fisik dan sosial yang mencakup berbagai wahana permainan, zonasi atraksi wisata, bangunan bersejarah, benda-benda koleksi, cerita rakyat, bahasa, budaya lokal, dan tradisi masyarakat sekitar, atraksi dan sumber daya yang terbagi menjadi tiga yaitu sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya kebudayaan

Namun pada saat ini peneliti hanya memfokuskan dan membahas pada zonasi, benda-benda koleksi, bahasa, sumber daya manusia, dan sumber daya kebudayaan.

- **Zonasi:** berdasarkan hasil observasi bahwa untuk batik Deandra ini sudah tersedia 3 zonasi yang dimana terdiri dari tempat berdiskusi, pembuatan pola, pewarnaan dan galeri.
- **Benda-benda koleksi** yang ada di batik Deandra terdapat pada galeri batik tulis berdasarkan hasil observasi untuk koleksinya tidak di perjual belikan karena koleksinya itu untuk di bawa dan di pameran di beberapa acara yang ada di daerah ataupun acara nasional.
- **Bahasa** yang digunakan pada industri batik dan sekitarnya, mayoritas menggunakan Bahasa Indonesia.
- **Sumber daya manusia** yang bekerja di Industri Batik Deandra berasal dari warga sekitar industri batik ini, dengan jumlah SDM sebanyak 25 orang, dengan sistem kerja menggunakan piket, seminggu 2 kali setiap orangnya datang dan selebihnya batik dapat dikerjakan di rumah para pekerja
- **Sumber daya kebudayaan** ini sendiri dilakukan oleh pemilik dan sekaligus pengelola yang memiliki wawasan pengetahuan mengenai motif, warna yang mencirikan kebudayaan Lampung.



- **Atraksi:** Untuk kegiatan wisata edukasi dirumah batik Deandra, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik sekaligus pengelola, bahwa untuk aktivitas wisata edukasi pada Batik Deandra sebenarnya sudah ada sejak tahun 2018 yang dimana pengunjung yang datang untuk melakukan kegiatan wisata edukasi dari kalangan pelajar, seperti, SD hingga SMA. Aktivitas wisata edukasi ini sendiri setiap bulannya selalu ada 1 atau 2 sekolah yang datang untuk belajar proses membatik, namun untuk wisatawan umum diluar dari instansi sekolahan sebenarnya ada namun cukup jarang, dan setiap yang datang dari umum ke Batik Tulis mayoritas untuk membeli kain batik sebagai buah tangan, padahal berdasarkan peneliti ketahui bahwa sebenarnya di sekitar industri batik ini sendiri merupakan kawasan wisata baik jenis wisata berupa alam ataupun buatan yang ada di kota Bandar Lampung, mungkin kedepannya dari pihak industri batik dapat melakukan kolaborasi dengan beberapa travel agent untuk membawa wisatawannya melakukan belajar membatik di Batik Deandra.
- **Budaya lokal** untuk ini bahwa untuk di beringin saya memiliki budaya untuk melestarikan batik Lampung, berdasarkan hasil observasi bahwa di kampung ini terdapat 5 industri batik, namun yang paling besar adalah dari Batik Deandra.

Indikator yang tidak di pilih memiliki alasan tersendiri, karena untuk wahana bermain untuk batik tulis Deandra tidak masuk dalam wahana bermain tapi ini masuk dalam Pendidikan, Bangunan bersejarah untuk bangunan sendiri masih berbentuk rumah dan tidak ada nilai sejarahnya, cerita rakyat setempat tidak ada, tradisi masyarakat setempat tidak ada berdasarkan hasil wawancara kepada pemilik dan beberapa sdm, dan yang terakhir sumber daya alam tidak ada karena batik bernuansa budaya dan bukan alam.

## SIMPULAN

Berdasarkan dari aspek permintaan pariwisata yang terdiri dari Lingkungan Fisik dan Sosial, Atraksi dan Sumber Daya. Melihat dari aspek Lingkungan Fisik dan Sosial berdasarkan dari peneliti selama melakukan observasi lapangan bahwa untuk Kawasan industri Batik yang terletak di Beringin Raya, Kemiling, Kota Bandar Lampung, bahwa di daerah ini memiliki lima industri batik Lampung yang merupakan industri batik ini berada dalam satu lingkungan kampung yang sama dengan para pengrajin atau pekerja yang ada di masing-masing industri merupakan dari masyarakat sekitar termasuk pada Batik Deandra. Untuk aspek atraksi berdasarkan hasil pengamatan di lapangan secara langsung bahwa atraksinya sudah ada dan dibuat zonasi tempat untuk melakukan proses pembelajaran membatik mulai dari pembuatan pola awal, hingga proses pewarnaan dan akhirnya akan di pajang dalam galeri Batik Tulis Deandra. Sementara untuk aspek selanjutnya yaitu dari Sumber Daya Manusia bahwa untuk industri Batik Deandra memiliki jumlah pekerja yang terbilang cukup banyak yaitu 25 orang, dari pekerja tersebut bahwa mereka bekerja dengan sistem bergantian, masing-masing pengrajin bekerja dalam seminggu selama dua hari di industri dan jika pekerjaan belum selesai dapat di kerjakan di rumah masing-masing, melihat dari jumlah pekerja yang sudah memadai ini terbilang sangat ideal untuk melakukan kegiatan wisata edukasi dan berdasarkan wawancara dari peneltii kepada pengrajin bahwa menyatakan setuju jika batik Deandra bisa mengembangkan kegiatan wisata edukasi ke pelajar, masyarakat dan ini menjadi ajang memperkenalkan Batik Lampung dalam aktivitas Pembelajaran dan Pendidikan. Sementara untuk sumber daya budaya sendiri dilakukan oleh pemilik dan sekaligus pengelola yang memiliki wawasan pengetahuan mengenai motif, warna yang mencirikan kebudayaan Lampung.

Adapun saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut:

1. Membuat zonasi pembelajaran batik yang tidak terlalu lama yang dapat membuat bosan para wisatawan yang belajar

2. Pihak Batik Deandra mencoba membuat paket wisata seperti belajar membatik dapat membawa pulang Batik Deandra yang nantinya setelah pembuatan paket yang jelas dapat bekerjasama dengan agen perjalanan seperti traveloka experience, karena membatik bukan hanya dapat dilakukan oleh kalangan pelajar ataupun mahasiswa, tapi dapat dilakukan oleh masyarakat umum.
3. Metode pembelajaran yang nantinya dapat digunakan kedepannya seperti yang telah disampaikan oleh dari responden peneliti bahwa metode pembelajaran yang sesuai seperti belajar dan bermain yang nantinya dapat melakukan pembelajaran dengan memasukkan permainan dalam pembelajaran seperti tebak-tebakan gambar dan nantinya dijelaskan gambar tersebut dapat digunakan sebagai motif dari Batik Tulis Lampung, selain itu menggunakan belajar dan praktik dalam kegiatan ini setelah menerima materi yang telah diberikan maka baiknya para wisatawan dapat mempraktikkannya secara langsung, Video Dokumenter seperti membuat sebuah video cerita tentang Batik Lampung yang nantinya di tampilkan menggunakan proyektor dan yang terakhir dengan cara berdiskusi antara pihak pengajar dari Batik Deandra dan pengunjung.

### **KONTRIBUSI PENULIS**

Muhammad Luthifar Syach Anwar: Melakukan penelitian, penulis utama, menganalisis data bersama. Emrizal: sebagai Dosen Pembimbing yang membimbing peneliti untuk melaksanakan penelitian ini. Marciella Elyanta: sebagai Dosen Pembimbing yang mengarahkan penulis dalam melakukan penelitian ini.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung yang sudah membantu memberikan data pariwisata dan juga untuk Industri Batik Tulis Deandra yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Inskeep, Edward. 1991. *Tourism Planning and Integrated Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Moleong, Lexy, J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sedarmayati, dkk. 2018. *Pembangunan dan Pengembangan Pariwisata*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Pariwisata* (N. Yuniati, Ed.; cetakan kesatu). Bandung: Alfabeta.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2016. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wijayanti, Ani. 2019. *Strategi Pengembangan Pariwisata Edukasi Di Kota Yogyakarta*. Yogyakarta: Depublish.
- Wulandari, Ari 2011. *Batik Nusantara makna filosofis, cara pembuatan & industri batik*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Yoeti, Oka A. 2016. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Cetakan ketiga. Jakarta: PT Balai Pustaka (PERSERO).