

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Solo adalah kota budaya, kota ini terletak di bagian timur provinsi Jawa Tengah. Kota yang sampai sekarang masih kental dengan budaya yang semakin lama semakin menunjukkan kemajuan di bidang industri pariwisata. Adapun peran *city walk* sebagai faktor pendukung perkembangan pariwisata kota Solo meliputi:

1. Purwosari - Brengosan

Objek : Stasiun Purwosari; Perkantoran (PLN, Grapari, Indosat), Pertokoan atau Pasar Senggol, Restoran (Sari, Sin-Sin), yang mempunyai karakter ruang jalan sempit akibat bangunan terletak tepat di batas persil. Kegiatan yang diolah yaitu wisata belanja dan wisata kuliner. *Street furniture* diutamakan pada fasilitas *seating group* untuk istirahat.

2. Brengosan - Gendhengan

Objek : Bangunan Kuno (Gedung Lowo), Restoran (Diamond, Pizza Hut), Hotel (Riadi, Diamond), Perkantoran, Pertokoan (Megaland). yang mempunyai karakter ruang jalan lebar. Kegiatan yang diolah yaitu wisata kuliner. *Street furniture* diutamakan pada fasilitas *seating group* di sekitar restoran dan hotel (kursi kafe).

3. Gendengan – Sriwedari

Objek : Bangunan Kuno (Gereja, Loji Gandrung, ex Kodim), Pertokoan (SGM), Perkantoran, Restoran (Adem Ayem, Wong Solo). Yang mempunyai karakter ruang jalan lebar. Kegiatan yang diolah adalah wisata arsitektur & belanja. *Street furniture* diutamakan pada fasilitas Informasi tentang bangunan.

4. Sriwedari – Ngapeman

Objek : Kawasan seni & budaya (Taman Sriwedari, Museum Radyapustaka), Bangunan Kuno (Museum Radyapustaka, Museum Batik Wuryoningratan), Restoran (Kawasan Pujasari). Kegiatan yang diolah adalah wisata budaya, atraksi seni, arsitektur.

5. Gladhag - Pasar Gede

Objek : Pusat Pemerintahan (Balai Kota), Kraton Kasunanan, Perdagangan (Pasar Gede, Klewer, BTC, PGS), Perkantoran (Kantor Pos, Kantor Bank, dll), Bangunan kuno (Beteng Vastenburger, BI, Pasar Gede) yang mempunyai karakter ruang jalan lebar. Kegiatan yang diolah adalah wisata budaya & belanja. *Street furniture* diutamakan pada fasilitas seating group untuk istirahat sambil berbelanja dan menikmati wisata kuliner disekitar pasar.

Saat ini kota Solo sedang giat menata kota, gedung-gedung tinggi dan mal-mal tumbuh memenuhi area kota Solo. Bahkan pasar-pasar tradisional berubah menjadi pasar-pasar modern. Kota Solo berubah dari hutan belantara menjadi gedung-gedung beton. Lambat laun budaya Jawa akan terkikis menjadi budaya metropolis. Kehidupan kota yang angkuh akan segera mengganti

kehidupan guyub rukun masyarakat Jawa. Bila gedung-gedung beton yang dibangun sekadar mengejar aspek-aspek ekonomi saja atau bahkan demi mengejar *prestise* semata, maka alangkah baiknya ada kebijakan pemerintah kota Surakarta untuk membangun kembali Taman Bale Kambang, Taman Sriwedari, serta paling menarik adalah membangun *City Walk*. Sejak tahun 2007, kota Solo membangun kawasan untuk pejalan kaki atau orang sering menyebutnya dengan *City Walk*. Di kota Solo, kawasan ini dinamai dengan *Srawung Warga*. Dibangun di sepanjang Jalan Slamet Riyadi, yang merupakan jalan protokol di kota Solo, mulai dari kawasan Purwosari hingga ke *boulevard* kota di kawasan Gladag. Pada hakikatnya konsep *City Walk* menjadi solusi yang menarik dari berbagai permasalahan masyarakat utamanya masalah terkikisnya budaya Jawa.

Ide dasar pembuatan kawasan *Srawung Warga* ini adalah dalam rangka menyediakan tempat nyaman bagi para pejalan kaki di kota budaya ini. Jika *city walk* memang untuk pejalan kaki, maka semua kendaraan baik bermotor atau tidak bermotor yang melintas dan parkir di atasnya maka harus ditindak tegas. Jika dibiarkan maka kenyamanan dan keamanan pejalan kaki jelas terganggu. Oleh karena itu diangkat judul “PERAN *CITY WALK* SEBAGAI PENDUKUNG PERKEMBANGAN PARIWISATA KOTA SOLO” agar fungsi *City Walk* terealisasi dengan baik oleh masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian-uraian diatas maka dapat dirumuskan bahwa terdapat beberapa masalah yang dihadapi untuk mempromosikan *City Walk*, antara lain :

1. Apakah *City Walk* dapat mendukung perkembangan pariwisata di kota Solo?
2. Bagaimana promosi dalam pengembangan *City Walk* sebagai faktor pendukung pariwisata kota Solo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan perancangannya adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui *City Walk* sebagai faktor pendukung perkembangan pariwisata kota Solo.
2. Untuk mengetahui promosi yang diusahakan dalam pengembangan *City Walk* sebagai faktor pendukung pariwisata kota Solo.

D. Manfaat Penelitian

Dalam mengadakan suatu penelitian baik itu yang bersifat normal atau non normal pasti ingin mendapatkan sesuatu yang bermanfaat yaitu :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Manfaat diadakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dalam bidang studi Usaha Perjalanan Wisata khususnya dalam kajian peran promosi dan pemasaran dalam meningkatkan jumlah wisatawan dan untuk referensi perpustakaan.

- b. Memberikan sumbangan pemikiran kepada penelitian-penelitian yang akan datang apabila akan mengadakan penelitian yang serupa maupun yang akan melanjutkan penelitian ini.
2. Manfaat Praktis
 - a. Manfaat diadakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada semua pihak yang memerlukan terutama pemerintah Kota solo.
 - b. Mempromosikan dan memasarkan obyek wisata tersebut dengan tujuan mengembangkan potensi obyek wisata di kota Solo, sehingga dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung serta memberi masukan kepada pengelola obyek untuk memecahkan masalah yang berkaitan dengan obyek wisata.

E. Kajian Pustaka

Menurut Dr. James J. Spillane, pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, dan berziarah. Wisatawan adalah orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dari kunjungannya itu (Dr. James J. Spillane dalam bukunya *Pariwisata Indonesia, Sejarah dan Prospeknya*). Sedangkan menurut Richard Sihite, pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain meninggalkan tempatnya

semula, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati kegiatan pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Richard Sihite dalam *Marpaung dan Bahar*, 2000:46-47).

Menurut Undang-Undang Kepariwisata No. 10 tahun 2009, wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan perjalanan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Pengertian wisata itu mengandung beberapa unsur yaitu, kegiatan perjalanan, dilakukan secara sukarela, dan bersifat sementara. Perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Wisata belanja yaitu jenis pariwisata dan tujuan perjalanannya mengunjungi obyek wisata sekaligus mengunjungi pusat pebelanjaan tradisional, pusat oleh-oleh, *souvenir* serta benda-benda pernak-pernik ciri khas daerah atau negara yang dikunjungi sebagai koleksi pribadi atau bahkan untuk dijual kembali di daerah atau negara asalnya (Happy Marpaung, 2002:33).

Dalam buku Salah Wahab “Manajemen Kepariwisata” (1988:156) pemasaran wisata sebagai upaya-upaya sistematis dan terpadu yang dilakukan oleh Organisasi Nasional dan atau badan-badan usaha pariwisata, pada taraf internasional, nasional dan lokal, guna memenuhi kepuasan wisatawan baik secara kelompok maupun pribadi masing-masing, dengan maksud meningkatkan pertumbuhan pariwisata.

Pemasaran pariwisata adalah kegiatan yang maksudnya untuk mempengaruhi, menghimbau dan merayu wisatawan potensial sebagai konsumen agar mengambil keputusan untuk mengadakan perjalanan wisata yaitu merupakan produk yang ditawarkan (R.G. Soekadijo, 1996 :217).

Dalam buku Salah Wahab "Pemasaran Pariwisata" (1989:28) tujuan pemasaran pariwisata antara lain: dalam jangka panjang terus meningkatkan keuntungan, mendorong pertumbuhan pariwisata yang serasi dan memperkokoh dampak ekonomi bidang pariwisata, membawa keamanan dan keseimbangan dalam perencanaan pengembangan sosial dan ekonomi, memantapkan dan memacu porsi pasar dalam menghadapi persaingan dalam bidang pariwisata, serta memajukan citra pariwisata negeri itu.

Potensi wisata adalah kemampuan dan kekuatan yang dimiliki oleh obyek wisata tersebut sebagai daya tarik. Potensi daerah tujuan wisata dipengaruhi adanya 4 pendekatan yang disebut 4A, antara lain:

a. Atraksi

Atraksi yang menjadi daya tarik wisata dapat digolongkan menjadi : daya tarik alam, daya tarik budaya, dan daya tarik buatan manusia.

b. Aksesibilitas

Sarana pendukung yang memberikan kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata. Tempat wisata tersebut mudah dijangkau, sarana yang diperlukan wisatawan mudah ditemukan, misalnya ada transportasi ke tempat tujuan, jalan yang akan dilewati baik dan nyaman.

c. Amenitas

Tersedianya fasilitas-fasilitas seperti: penginapan, restoran, tempat hiburan, transportasi local, fasilitas perbankan, fasilitas kesehatan, dll.

d. Aktifitas

Aktifitas adalah kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan selama berada di daerah wisata. Faktor ini sangat mempengaruhi minat wisatawan untuk tinggal lebih lama ataupun mempercepat kepulangannya.

F. Metode Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Surakarta yaitu sepanjang Jalan Slamet Riyadi dan Sisi Timur Jalan Jend. Soedirman pada tanggal 22, 24 September 2009 dengan Kartika dan Jaya.

2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penyusunan laporan Tugas Akhir menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

a. Observasi

Pengamatan secara langsung terhadap obyek yang di teliti. Merupakan suatu cara yang ditempuh penulis untuk mendapatkan atau mengumpulkan data dengan cara terjun langsung ke tempat yang diteliti yaitu dengan berjalan kaki di sepanjang *city walk* jalan Selamat Riyadi dan sisi timur jalan Jenderal Soedirman.

b. Studi Dokumen

Studi dokumen yaitu mengumpulkan data dengan memanfaatkan arsip-arsip atau dokumen tertulis yang didapatkan dari Dinas Pariwisata kota Surakarta , dan Dinas Tata Kota Surakarta.

c. Wawancara

Merupakan teknik dimana peneliti mengumpulkan data dengan cara komunikasi langsung atau wawancara langsung, adapun beberapa responden tersebut antara lain Arif selaku arsitektur dalam pengerjaan *city walk* dari Dinas Tata Kota, Mufti Raharjo selaku Kabid Humas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

3. Teknik Analisa Data

Data yang dianalisa dapat dilakukan dengan teknik kualitatif, kualitatif yaitu penelitian yang terbatas pada usaha mengungkapkan suatu masalah sebagaimana adanya, sehingga hanya merupakan penyingkapan fakta dengan menggunakan analisis non statistik dalam proses analisisnya (Hermawan Warsito, 1995:10).

Hasil pengumpulan data kemudian dilakukan analisis data merupakan proses mengatur dan memilah urutan data, mengorganisasi kedalam suatu pola, kategori dan satuan dasar.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan tugas akhir ini disusun dalam empat bab, secara garis besar diuraikan sebagai berikut :

BAB I, pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, metode penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II, sejarah dan profil kota Solo serta gambaran umum wisata Solo yang berisi tentang daya tarik apa saja yang dimiliki oleh kota Solo yang dapat dinikmati oleh para wisatawan yang berkunjung kesana.

BAB III, hasil penelitian dan pembahasan yang menguraikan tentang sejarah singkat *city walk* di Solo dan potensi wisata *city walk* sebagai daya tarik wisata di kota Solo, mengetahui *City Walk* sebagai faktor pendukung perkembangan pariwisata kota Solo dan promosi yang diusahakan dalam pengembangan *City Walk* sebagai faktor pendukung pariwisata kota Solo serta upaya pemerintah dan pihak pengelola dalam mengembangkan *city walk* di kota Solo.

BAB IV, penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran berdasarkan dari uraian bab sebelumnya.