

**ANALISIS PENAWARAN DAN PERMINTAAN WISATA  
DALAM PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA DI  
KERATON SURAKARTA HADININGRAT**

TESIS

Disusun Dalam Rangka Memenuhi Persyaratan  
Program Studi Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota

Oleh :

**ARIS SUPRAPTO**  
L4D004006



PROGRAM PASCA SARJANA  
MAGISTER TEKNIK PEMBANGUNAN WILAYAH DAN KOTA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2005

**ANALISIS PENAWARAN DAN PERMINTAAN WISATA DALAM  
PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA DI KERATON  
SURAKARTA HADININGRAT**

Tesis diajukan kepada  
Program Studi Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota  
Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro

Oleh :

**ARIS SUPRAPTO**  
L4D 004 006

Diajukan pada Sidang Ujian Tesis  
Tanggal ....., Desember 2005

Dinyatakan Lulus/Tidak Lulus  
Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Magister Teknik

Semarang, Desember 2005

Pembimbing Utama,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Prof. Dr. Nurdien H.Kistanto. MA.**

**Ir. Nurini, MT.**

**Ir. Rina Kurniati, MT.**

Mengetahui  
Ketua Program Studi  
Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota  
Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro

**Prof. Dr. Ir. Sugiono Soetomo, DEA**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi. Sepanjang pengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diakui dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Semarang,        Desember 2005

**ARIS SUPRAPTO**

NIM L4D 004 006

*"Berbahagialah orang yang mendapat hikmat, orang yang memperoleh kepandaian, karena keuntungannya melebihi keuntungan perak, dan hasilnya melebihi emas. Ia lebih berharga daripada permata".*

*(Kitab Amsal 3:13-15a)*



*Karya ini saya persembahkan untuk:  
My Jesus atas cinta, berkat dan anugerahNya yang tak terbatas dalam hidupku  
Ayah di surga dan Ibu tercinta atas doa yang tiada henti  
Kakak-kakakku dan adikku untuk perhatian, semangat dan dukungan doanya  
Sahabat-sahabatku... thanks for becoming the inspirations*

## KATA PENGANTAR

Segala hormat, syukur dan terimakasihku pada Tuhan dalam Yesus Kristus atas cinta, berkat dan anugerah yang tak terbatas dalam hidupku, sehingga penyusun dapat menyelesaikan Tesis pada Program Pasca Sarjana Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota Universitas Diponegoro dengan judul : “**Analisis Penawaran dan Permintaan Wisata Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat**”

Atas dukungan, bimbingan dan dorongan yang diberikan oleh berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung, penulis dengan tulus menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Sugiono Soetomo, DEA selaku Ketua Program Studi Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota, Universitas Diponegoro.
2. Prof. Dr. Nurdien H. Kistanto, MA selaku pembimbing utama yang telah berkenan memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan pra tesis ini.
3. Ir. Nurini, MT selaku Mentor yang dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dalam penyusunan tesis ini.
4. Ir. Rina Kurniati, MT selaku Co-Mentor yang dengan penuh perhatian selalu memberikan dorongan dan arahan dalam menyelesaikan tesis ini.
5. Pusbindiklatren Bappenas yang telah memberikan beasiswa untuk mengikuti pendidikan Program MTPWK di Universitas Diponegoro.

6. Gusti Pangeran Haryo Poeger selaku Pengageng Museum dan Pariwisata Keraton Surakarta Hadiningrat atas waktu dan informasi yang telah diberikan selama penelitian di lapangan.
7. KRMH. Satryo Hadinegoro selaku Wakil Pengageng Museum dan Pariwisata Keraton Surakarta Hadiningrat untuk diskusi yang menyenangkan dan data-data yang telah diberikan selama penelitian di lapangan.
8. Teman-temanku Program Beasiswa Bappenas Angkatan I Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota Universitas Diponegoro, thanks untuk persahabatan yang tulus.
9. Seluruh cinta dan terimakasihku untuk keluargaku atas cinta kasih, dukungan dan doa yang tak pernah henti.
10. Seluruh staf pengelola Program Magister Teknik Pembangunan Wilayah dan Kota Universitas Diponegoro.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan oleh karena itu saran dan kritik sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan tesis ini, dan akhir kata kami berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, Desember 2005

Penyusun

Aris Suprpto  
L4D004006

## ABSTRAK

*Keraton Surakarta Hadiningrat merupakan salah satu obyek wisata budaya andalan dan ciri khas bagi Kota Surakarta dan sebagai cagar budaya. Obyek wisata ini sangat berpotensi untuk digali dan dikembangkan sebagai kawasan wisata seni dan budaya. Namun keadaannya sekarang, Keraton Surakarta Hadiningrat seperti jalan ditempat, pengelolaan yang belum optimal mengakibatkan banyak bangunan yang tidak terawat maupun berpindah tangan dan jumlah kunjungan wisatawan yang cenderung menurun dari tahun ke tahun. Pertumbuhan kawasan sekitarnya yang tidak terkendali semakin mengancam eksistensi keraton sebagai cagar budaya. Permasalahan menjadi semakin kompleks dengan adanya konflik intern keraton masalah suksesi yang sampai sekarang belum selesai.*

*Berdasarkan hal-hal tersebut diatas diperlukan suatu kajian mengenai aspek penawaran dan permintaan wisata serta pengelolaannya dan strategi pengembangannya sehingga potensi yang dimiliki oleh Keraton Surakarta Hadiningrat sebagai aset budaya bangsa tetap eksis, dapat tumbuh dan berkembang. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis komponen penawaran dan permintaan wisata dan menganalisis manajemen pengelolaannya dalam pengembangan potensi pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat.*

*Analisis yang dilakukan dalam studi ini adalah analisis BCG sebagai analisis awal yang digunakan untuk mengetahui kesesuaian antara aspek penawaran dan permintaan sehingga akan diketahui arahan pengembangannya. Kemudian akan dilakukan analisis pengelolaan Keraton Surakarta Hadiningrat untuk mengetahui manajemen dan permasalahan yang ada. Dan berdasarkan analisis-analisis diatas kemudian akan dilakukan analisis SWOT untuk mengetahui strategi dan arahan dalam pengembangan kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat. Sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke keraton dan pengelola dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode Purposive Sampling dan Accidental Sampling.*

*Dari analisis BCG posisi penawaran dan permintaan wisata berada pada posisi kuadran ketiga atau Problem Children, berarti posisi penawaran tinggi tetapi permintaan rendah. Dalam pengelolaannya banyak permasalahan yang dihadapi yaitu lembaga yang dibentuk belum bekerja secara optimal dan lebih cenderung bercorak tradisional, sehingga sistem manajemen yang diterapkan juga belum mapan dan belum optimal, keterbatasan dana sehingga banyak bangunan keraton sebagai cagar budaya yang kurang terawat dan beralih fungsi atau dijual ke swasta, benda bersejarah koleksi museum banyak yang hilang, hal ini ditambah dengan pertumbuhan kawasan sekitarnya yang tidak terkendali dengan baik dan juga konflik suksesi yang berkepanjangan. Untuk pengembangan kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat ke depan perlu langkah dan strategi sebagai berikut : mengoptimalkan semua kekuatan yang dimiliki, pengelolaan yang profesional dan bertanggungjawab dalam menjaga keraton sebagai cagar budaya, meningkatkan promosi dan informasi seluas-luasnya, membuka pasar baru dengan mengoptimalkan Bandara Internasional Adi Sumarno dan menjalin kerjasama satu kawasan Subosukowonosraten dengan konsep region state, meningkatkan pelayanan dan kenyamanan bagi wisatawan serta penyelesaian konflik intern keraton secara damai.*

*Kata Kunci: penawaran, permintaan, pengembangan, Keraton Surakarta Hadiningrat*

## **ABSTRACT**

*Surakarta Hadiningrat Palace is one of the main tourism objects, the landmark of Surakarta City and the cultural preservation. It has potencies to be developed and promoted as an art and cultural tourism area. However, Surakarta Hadiningrat Palace is stagnant now. The management is not optimum and so many buildings are not well treated or the ownership is transferred to others and the number of visitors is decreasing continuously. The surrounding growth is out of control and threats palace existence as cultural preservation. The problems are getting more complicated by the presence of palace internal conflict on succession matters and it has not resolved yet.*

*On the basis of the matters above, it is necessary to study the aspects of tourism supply and demand, the management, and the development strategy so that the potencies owned by Surakarta Hadiningrat Palace, as the cultural assets, remain exist and can be developed. The purpose of this research was to analyze the components of tourism supply and demand, and the management system to develop tourism potencies in Surakarta Hadiningrat Palace.*

*The analysis conducted in this study was BCG analysis as the initial analysis applied to recognize the agreement between supply and demand aspects so that the development objectives could be identified. Then, the management analysis on Surakarta Hadiningrat Palace would be conducted to recognize the existing management problems. In addition, on the basis of analysis above, SWOT analysis would be conducted to recognize the strategies and directions to develop the tourism area of Surakarta Hadiningrat Palace. The samples used in this research were the tourists visiting the palace and the managers by Purposive Sampling and Accidental Sampling.*

*On the basis of BCG analysis, the position of tourism supply and demand was on the third quadrant or Problem Children. It means the supply position is high but the demand is low. In the management system, there were so many problems faced by the established institution; it did not work optimally and tend to have traditional character so that the management system applied was not stable and optimum. The lack of financial support caused so many palace buildings were untreated properly and transferred or sold to privates. In addition, many historical treasures of palace were gone, the surrounding growth was out of control and the continuous succession fell into conflict. For the development of Surakarta Hadiningrat Palace as the tourism area in the future, it is necessary to apply the steps and strategies as follows: optimizing all resources, developing a professional and responsible management to maintain the palace as a cultural preservation, enhancing promotions and information widely, opening new markets by optimizing Adi Sumarmo International Airport and having one area cooperation of Subosukowonosraten by region state concept, enhancing services and comforts for tourists and settling the palace internal conflict in peace ways.*

*Key Words: supply, demand, development, Surakarta Hadiningrat Palace*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR PETA .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi

### **BAB I. PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Permasalahan .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Sasaran Penelitian .....	9
1.5 Manfaat Studi .....	10
1.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1.6.1 Ruang Lingkup Wilayah .....	10
1.6.2 Ruang Lingkup Materi .....	10
1.7 Kerangka Pemikiran .....	11
1.8 Pendekatan Penelitian .....	15
1.9 Metode Penelitian .....	17
1.9.1 Kebutuhan Data .....	17
1.9.2 Teknik Pengumpulan Data .....	18
1.9.3 Teknik Pengolahan Data .....	19
1.9.3.1 Analisis BCG .....	20
1.9.3.2 Analisis SWOT .....	22
1.9.3.3 Analisis Deskriptif Kualitatif .....	23
1.9.4 Populasi dan Sampel .....	25
1.9.4.1 Populasi .....	25
1.9.4.2 Jumlah Sampel .....	25
1.9.4.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	26
1.9.5 Laporan dan Penyajian Data .....	27
1.10 Sistematika Pembahasan .....	28

### **BAB II. PENAWARAN DAN PERMINTAAN WISATA DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA**

2.1 Pengertian dan Batasan Pariwisata .....	31
2.2 Jenis-Jenis Pariwisata .....	33
2.3 Komponen-Komponen Wisata .....	35

2.4	Pemanfaatan Bangunan Bersejarah Sebagai Obyek Wisata .....	37
2.5	Wisata Budaya .....	40
2.5.1	Pengertian Wisata Budaya .....	40
2.5.2	Warisan Budaya .....	42
2.6	Penawaran Wisata .....	43
2.6.1	Atraksi Wisata .....	45
2.6.2	Sarana Wisata .....	48
2.6.3	Aksesibilitas .....	49
2.6.5	Informasi-Promosi Wisata .....	52
2.7	Permintaan Wisata .....	54
2.7.1	Wisatawan .....	56
2.7.2	Karakteristik Permintaan Wisata .....	58
2.7.3	Motivasi Wisatawan .....	59
2.8	Pengelolaan Pariwisata .....	62
2.9	Pengembangan Pariwisata .....	67
2.9.1	Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan .....	71
2.9.2	Konservasi dan Pembangunan Berwawasan Lingkungan. ....	72
2.10	Rangkuman Kajian Pustaka .....	73
2.11	Variabel Yang Diamati .....	74

### **BAB III. KERATON SURAKARTA HADININGRAT**

3.1	Tinjauan Makro Kota Surakarta .....	77
3.2	Tinjauan Historis Kota Surakarta .....	79
3.3	Kebijakan Pariwisata Jawa Tengah .....	80
3.4	Kebijakan Pariwisata Kota Surakarta .....	87
3.5	Kondisi Kepariwisata di Kota Surakarta .....	91
3.5.1	Jumlah Kunjungan Wisata .....	91
3.5.2	Kontribusi Pariwisata Surakarta .....	92
3.6	Gambaran Pariwisata Keraton Surakarta Hadiningrat .....	92
3.6.1	Sarana Wisata .....	92
3.6.2	Aksesibilitas .....	94
3.6.3	Informasi dan Promosi Wisata .....	96
3.6.4	Sejarah dan Bangunan Keraton .....	97
3.6.5	Pengelolaan Keraton Surakarta .....	105
3.6.6	Atraksi Wisata Budaya Keraton Surakarta .....	105

### **BAB IV. ANALISIS PENAWARAN DAN PERMINTAAN WISATA DALAM PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA DI KERATON SURAKARTA HADININGRAT**

4.1	Analisis Penawaran Wisata .....	110
4.1.1	Atraksi Wisata .....	111
4.1.2	Sarana Wisata .....	119
4.1.3	Aksesibilitas .....	123
4.1.4	Informasi dan Promosi .....	130
4.1.5	Kesimpulan Analisis Penawaran .....	134
4.2	Analisis Permintaan Wisata .....	136

4.2.1	Atraksi Wisata .....	136
4.2.2	Sarana Wisata .....	138
4.2.3	Aksesibilitas .....	140
4.2.4	Informasi dan Promosi .....	146
4.2.5	Kesimpulan Analisis Permintaan .....	150
4.3	Analisis Boston Consulting Group (BCG) .....	151
4.4	Analisis Pengelolaan Keraton Surakarta .....	153
4.4.1	Manajemen Pengelolaan .....	154
4.4.2	Pembiayaan Pengelolaan .....	160
4.4.3	Konservasi dan Pelestarian Cagar Budaya .....	163
4.4.4	Konflik Suksesi .....	169
4.5	Analisis SWOT .....	171
4.5.1	Analisis Faktor Internal .....	172
4.5.2	Analisis Faktor Eksternal .....	174
4.5.3	Matrik SWOT dan Identifikasi Isu Strategis .....	176
4.6	Temuan Studi .....	188
 <b>BAB V. PENUTUP</b>		
5.1	Kesimpulan .....	190
5.2	Rekomendasi .....	192
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		
<b>LAMPIRAN .....</b>		
		197
		201

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Pengunjung Tempat Wisata di Kota Surakarta .....	5
Tabel I.2	Jumlah Pengunjung di Keraton Surakarta .....	8
Tabel I.3	Data Yang Diperlukan .....	18
Tabel I.4	Metode Analisis SWOT .....	23
Tabel II.2	Rangkuman Kajian Pustaka.....	75
Tabel II.3	Variabel Yang Diamati .....	76
Tabel III.1	Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kota Surakarta .....	91
Tabel III.2	Pendapatan Dari Obyek Wisata .....	92
Tabel III.3	Jumlah Hotel dan Kamar (Sarana Akomodasi) .....	94
Tabel III.4	Jumlah Pengunjung di Keraton Surakarta .....	102
Tabel IV.1	Analisis Penawaran Atraksi Wisata .....	118
Tabel IV.2	Analisis Penawaran Sarana Wisata .....	122
Tabel IV.3	Analisis Penawaran Aksesibilitas .....	128
Tabel IV.4	Analisis Penawaran Informasi dan Promosi Wisata .....	133
Tabel IV.5	Rekapitulasi Nilai Penawaran Wisata .....	134
Tabel IV.6	Analisis Permintaan Atraksi Wisata .....	136
Tabel IV.7	Analisis Permintaan Sarana Wisata .....	139
Tabel IV.8	Analisis Permintaan Aksesibilitas .....	145
Tabel IV.9	Analisis Permintaan Informasi dan Promosi Wisata .....	149
Tabel IV.10	Rekapitulasi Nilai Permintaan Wisata .....	151
Tabel IV.11	Jumlah Subsidi Keraton .....	161
Tabel IV.12	Analisis SWOT .....	175

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pikir .....	14
Gambar 1.2	Matrik Posisi Penawaran Permintaan .....	25
Gambar 1.3	Kerangka Analisis .....	27
Gambar 2.1	Komponen Perencanaan Wisata .....	34
Gambar 2.2	Tingkat Pengembangan Pariwisata .....	67
Gambar 3.1	Toko Cindera Mata di Keraton Surakarta .....	93
Gambar 3.2	Gapura Gladag Keraton Surakarta .....	96
Gambar 3.3	Kamandungan Keraton Surakarta .....	99
Gambar 3.4	Kori Sri Manganti Keraton Surakarta .....	100
Gambar 3.5	Sasono Sewoko Keraton Surakarta .....	101
Gambar 3.6	Sasono Hondrowino Keraton Kasunanan Surakarta .....	102
Gambar 3.7	Alun-Alun Keraton Surakarta .....	105
Gambar 3.8	Pelataran Keraton Surakarta.....	106
Gambar 3.9	Mesjid Agung Keraton Surakarta.....	107
Gambar 3.10	Sitihinggil Keraton Surakarta.....	108
Gambar 4.1	Atraksi Kirab 1 Suro .....	111
Gambar 4.2	Atraksi Sekaten .....	112
Gambar 4.3	Teras Depan Museum Keraton.....	115
Gambar 4.4	Teras Belakang Museum Keraton.....	115
Gambar 4.5	Halaman tengah Museum Keraton.....	115
Gambar 4.6	Kereta Kencana .....	116
Gambar 4.7	Lukisan Raja dan Kursi Antik Koleksi Museum Keraton.....	116
Gambar 4.8	Ruang Dalam Museum Keraton.....	116
Gambar 4.9	Aneka Topeng Koleksi Museum Keraton.....	116
Gambar 4.10	Pendopo Gamelan .....	117
Gambar 4.11	Gedung Maerokoto.....	117

Gambar 4.12 Pusat Perbelanjaan.....	120
Gambar 4.13 Toko Souvenir .....	121
Gambar 4.14 Toko Souvenir di Depan Museum .....	122
Gambar 4.15 Sarana Angkutan Kota .....	126
Gambar 4.14 Becak di Kawasan Keraton .....	127
Gambar 4.15 Jalan Akses ke Keraton .....	128
Gambar 4.16 Matrik BCG.....	154
Gambar 4.17 Struktur Organisasi Keraton.....	158
Gambar 4.18 Batas Wisatawan .....	178
Gambar 4.19 Jalan Ke Museum Keraton .....	183

## DAFTAR PETA

Peta 1. Administrasi Kota Surakarta .....	78
Peta 2. Daerah Tujuan Wisata Propinsi Jawa Tengah .....	86
Peta 3. Aksesibilitas .....	95
Peta 4. Lokasi Keraton Surakarta Hadiningrat.....	103
Peta 5. Kawasan Keraton dan Sarana Pendukung .....	136
Peta 6. Analisis Aksesibilitas .....	146
Peta 7. Konservasi Kawasan Keraton Surakarta Hadiningrat.....	172
Peta 8. Kerjasama Wisata Subosukowonosraten .....	187

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A : Kuesioner .....	194
Lampiran B : Kriteria Penilaian .....	201
Lampiran C : Hasil Kuesioner .....	205

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pariwisata di Indonesia telah menjadi sektor strategis dalam sistem perekonomian nasional yang memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan negara. Sebagai sektor strategis nasional, pariwisata mempunyai efek pengganda yang ditimbulkan dari aktifitas pariwisata baik yang sifatnya langsung berupa penyerapan tenaga kerja disektor pariwisata maupun dampak tidak langsung berupa berkembangnya kegiatan ekonomi pendukung pariwisata seperti penginapan, rumah makan, jasa penukaran uang dan lain-lain. Kondisi ini dapat ditemui pada hampir semua daerah tujuan wisata yang telah berkembang seperti Bali dan Jogjakarta.

Manfaat yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata mampu memberikan kontribusi yang besar terhadap sistem perekonomian daerah tujuan wisata. Di samping itu pariwisata sebagai suatu sistem juga telah berkembang menjadi suatu aktifitas industri yang mampu menggerakkan sektor-sektor ekonomi daerah.

Akan tetapi sebagai sebuah negara kepulauan terbesar di dunia, sektor pariwisata nasional dikembangkan tidak hanya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi mempunyai tujuan luas meliputi aspek sosial-budaya, politis dan hankamnas. Walaupun demikian tujuan ekonomis sangat menonjol karena aspek non-ekonomis pembangunan pariwisata sangat erat terkait dengan tujuan ekonominya. (Hananto,1994:25).

Secara nasional Indonesia dibagi dalam 3 (tiga) wilayah pengembangan pariwisata. Wilayah Barat meliputi kawasan Sumatera dan Jawa Barat, Wilayah Tengah (Kalimantan, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali) dan Wilayah Timur yang meliputi daerah Sulawesi, Irian Jaya, Nusa Tenggara dan Kepulauan Halmahera.

Prioritas pengembangan pariwisata ditetapkan di 10 (sepuluh) daerah tujuan wisata nasional yaitu DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Yogyakarta, Jawa Timur, Bali, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Sulawesi Utara dan Sulawesi Selatan oleh Ditjen Pariwisata pada tahun 1999.

Penetapan kebijakan pemerintah dalam pembangunan pariwisata didasarkan atas 2 pokok pikiran :

- (1). Tersedianya prasarana sarana dan fasilitas-fasilitas lainnya serta besarnya potensi kepariwisataan di daerah yang bersangkutan.
- (2). Asas pemerataan pembangunan sehingga pengembangan pariwisata dapat dilaksanakan serempak tanpa mengabaikan potensi sumber-sumber yang dimiliki tiap-tiap daerah.

Kebijakan ini memperlihatkan bahwa pulau Jawa dan Bali menjadi daerah tujuan wisata yang utama, selain wilayah di luar Jawa yang disebut di atas. Pulau Jawa dan Bali memang diuntungkan karena menjadi pintu masuk wisatawan asing melalui kota-kota utama di wilayah tersebut seperti Jakarta, Yogyakarta, Denpasar.

Banyaknya kota dan jaringan infrastruktur di pulau Jawa dan Bali menyebabkan wilayah ini memiliki nilai pelayanan kepariwisataan yang lebih baik dibanding wilayah sekitarnya seperti sarana dan prasarana transportasi, komunikasi, fasilitas pelayanan dan akomodasinya.

Pemusatan kepariwisataan juga tidak lepas dari banyaknya potensi dan obyek kepariwisataan di pulau Jawa dan Bali sendiri. Obyek wisata itu dapat berupa potensi alam seperti pegunungan, laut, sungai, hutan dan perkebunan; potensi iklim seperti suasana sejuk dan panas, udara yang tidak menyengat sehingga bisa mandi matahari; potensi peninggalan purbakala seperti candi, bangunan-bangunan tradisional misalnya istana, keraton serta warisan budaya seperti kesenian, kerajinan tradisional dan budaya. Belum termasuk dalam hal ini berbagai sarana hiburan dan rekreasi modern yang melimpah di Jawa dan Bali.

Berdasarkan data statistik hampir 70% penduduk Indonesia yang luas ini tinggal di pulau Jawa dan Bali yang luasnya sendiri hanya seper empatbelas dari total luas wilayah Indonesia. Kondisi ini menyebabkan kepadatan penduduk di pulau Jawa dan Bali paling tinggi dari wilayah lainnya, hal ini tentunya sangat menunjang sektor kepariwisataan. Di satu sisi sebagai potensi pasar (*demand*) namun di sisi lain bisa sebagai bagian dari daya tarik pariwisata itu sendiri seperti bisa dilihat dari adat istiadat, budaya dan keramahtamahan penduduknya. Apalagi pulau Jawa terkenal karena kehalusan dan keramahtamahannya.

Kondisi ini juga terlihat di wilayah kota Surakarta. Wilayah yang merupakan bagian prioritas pengembangan pariwisata Jawa Tengah dan Yogyakarta (bersama wilayah Merapi, Merbabu, Semarang, Dieng, candi Borobudur dan Prambanan).

Kota Surakarta atau orang seringkali menyebutnya dengan kota Solo memiliki banyak sekali obyek wisata terutama wisata budaya. Di kota ini berdiri 2 (dua) Kerajaan Mataram yaitu Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat dan

Istana Mangkunegaran. Selain itu, kota ini juga memiliki obyek wisata Taman Sriwedari yang di dalamnya terdapat Museum Radya Pustaka, Pasar Antik Triwindu, Kampung Batik Laweyan yang belum lama ini diresmikan dan Kebon Binatang Satwataru Jurug. Belum lagi wisata belanja karena sebagai kota penghasil batik yang cukup disegani banyak sekali dijumpai di sudut-sudut kota butik-butik batik dan kerajinan tradisional dengan Pasar Klewernya sebagai sentra perdagangan tekstil terbesar di Jawa Tengah. Suasana malam kota Solo diramaikan dengan berbagai makanan khasnya seperti nasi liwet, tengkleng, serabi dan lain-lainnya. Solo juga mendapat julukan sebagai kota yang tidak pernah tidur karena roda kehidupan yang terus berputar dengan segala aktivitas dan gairahnya dari pagi sampai pagi kembali.

Lingkungan kota Solo yang ramah terlebih karena kebanyakan masyarakatnya masih memegang tradisi dan warisan budaya sehingga banyak atraksi wisata budaya bisa disaksikan di kota ini misalnya acara Sekatenan di Alun-alun Lor Kraton Kasunanan, malam 1 Suro dengan kirab pusaka Kraton dan Istana Mangkunegaran dan lain-lain.

Wisata kota Solo juga didukung oleh lokasinya yang strategis di jalur lintas utara. Jadi dari segi transferabilitas dan aksesibilitas transportasi dan komunikasi sampai akomodasi (karena banyak hotel mulai dari yang berbintang sampai melati terdapat di kota ini) sudah tidak menjadi masalah.

Meskipun demikian masih banyak obyek wisata yang sepi dari pengunjung dan bukan suatu hal yang dapat dipungkiri bahwa dalam bidang pariwisata kota Solo tertinggal jauh dengan kota tetangganya yaitu Yogyakarta

dan juga Bali yang memang sudah cukup lama dikenal masyarakat dunia. Walaupun Bandara Adi Sumarmo sudah lama menjadi sebuah Bandara Internasional bahkan yang pertama sebagai Bandara Internasional di wilayah Jawa Tengah dan Yogyakarta, namun hal ini ternyata belum cukup untuk meningkatkan gairah kepariwisataan di kota Solo. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Solo, jumlah wisatawan yang berkunjung cenderung menurun dari tahun ke tahun. Penurunan jumlah wisatawan terbanyak pada tahun 2002 dimana jumlah wisatawan yang berkunjung 796.754 orang atau turun 30,7% dari tahun sebelumnya yang mencapai 1.149.784 wisatawan, dimana 14.438 adalah wisatawan asing. Bahkan dalam tahun 2004 ini jumlahnya menurun lagi hanya menjadi 548.506 wisatawan, dimana 6.702 adalah wisatawan asing. Untuk lebih jelasnya penurunan jumlah wisatawan di Kota Surakarta dapat dilihat pada **Tabel I.1** sebagai berikut :

**TABEL I.1**  
**JUMLAH PENGUNJUNG TEMPAT WISATA**  
**DI KOTA SURAKARTA**

	<b>OBYEK WISATA</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
1.	Keraton Surakarta	85.115	58.441	41.011	44.114	21.357
2.	Pura Mangkunegaran	15.422	17.536	18.146	14.258	8.981
3.	Museum Radya Pustaka	5.240	8.390	6.275	7.271	5.451
4.	T.W.B. Sriwedari	252.944	203.177	341.22	37.437	40.506
5.	WayangOrang Sriwedari	10.070	6703	5.928	5.947	5.224
6.	THR. Sriwedari	258.305	267.926	237.678	240.001	228.442
7.	Monumen Pers	2.751	1.826	4.366	12.957	13.048
8.	Taman Jurug	206.772	583.025	445.763	379.742	218.736
9.	Taman Balekambang	2.234	2760	3.465	3.792	6.761
	<b>J u m l a h</b>	<b>836.853</b>	<b>1.149.784</b>	<b>796.754</b>	<b>745.519</b>	<b>548.506</b>

Sumber : Dinas Pariwisata Surakarta, 2004

Salah satu obyek wisata yang cukup potensial untuk dikembangkan adalah Keraton Surakarta Hadiningrat. Dalam tahun 2002 Keraton Surakarta Hadiningrat menduduki posisi ketiga dalam hal jumlah wisatawan yang berkunjung setelah Taman satwataru Jurug dan THR Sriwedari. Dalam Tabel I.1 diatas terlihat bahwa sebagian besar obyek wisata yang ada mengalami penurunan dalam hal jumlah pengunjung. Hal ini perlu mendapatkan perhatian yang serius dari semua aktor yang ada, baik itu pemerintah, masyarakat maupun pengusaha, karena jika hal tersebut tidak segera ditangani maka penurunan jumlah wisatawan akan berdampak pada penurunan potensi obyek wisata yang ada. Salah satu tolok ukur perkembangan pariwisata adalah pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan karena dengan peningkatan jumlah wisatawan yang datang secara langsung akan diikuti oleh perkembangan sarana dan prasarana pendukung pariwisata, pembangunan wilayah yang sesuai dengan kebutuhan pelayanan bagi wisatawan (Ditjen Pariwisata, 1999)

Kawasan Keraton Surakarta Hadiningrat merupakan pusat kebudayaan Jawa yang perlu untuk dilestarikan dan dikembangkan. Di tempat ini banyak disajikan atraksi budaya dan kesenian, museum yang menyimpan berbagai benda purbakala, keindahan dan keunikan bangunan-bangunan kuno dan berbagai upacara tradisional yang sampai sekarang masih tetap dipertahankan.

Tetapi kenyataannya, kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat tidak berkembang sesuai dengan yang diharapkan. Dari sisi permintaan untuk wisata budaya dari tahun ke tahun wisatawan yang berkunjung cenderung menurun yang

tentunya akan menyebabkan pendapatan yang juga menurun. Padahal obyek wisata seperti Keraton Surakarta Hadiningrat ini memerlukan biaya operasional dan biaya perawatan yang tidak sedikit. Dan kalau hanya mengandalkan subsidi dari pemerintah masih belum mencukupi. Hal ini berakibat pada pengelolaan kawasan wisata yang tidak baik, kondisi fisik wisata yang menjadi kelihatan tidak terawat. Hal ini diperparah dengan isu keamanan yang kurang kondusif bagi dunia pariwisata dan juga yang sekarang masih belum selesainya konflik internal berkaitan dengan suksesi di dalam Keraton Surakarta Hadiningrat. Padahal selama ini keraton menjadi andalan utama untuk wisata budaya dan sejarah.

Keadaan tersebut apabila tidak segera mendapat perhatian dalam pengelolaan dan pengembangannya maka dikhawatirkan potensi wisata budaya ini akan stagnan bahkan akan cenderung memudar karena menurunnya jumlah wisatawan yang pada akhirnya akan sangat mempengaruhi dalam segi pengelolaannya seperti berkurangnya atraksi wisata, fasilitas yang terbatas dan tentunya akan semakin memprihatinkan kondisi dari bangunan bersejarah ini. Oleh sebab itu pengembangan kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat sebagai wisata budaya perlu dilakukan melalui usaha pemasaran yang efektif dan efisien dengan menyesuaikan antara faktor *supply* yang meliputi atraksi wisata, jasa wisata, sarana transportasi dan informasi-promosi dengan faktor *demand* terhadap suatu tempat tujuan wisata untuk meningkatkan dan menggairahkan daya tarik wisata budaya Keraton Surakarta Hadiningrat.

**TABEL I.2**  
**JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA DAN**  
**NUSANTARA KE OBYEK WISATA KERATON SURAKARTA HADININGRAT**  
**TAHUN 2000 – 2004**

No	OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA	TAHUN				
		2000	2001	2002	2003	2004
1	<b>Keraton Surakarta Hadiningrat</b>					
	a. Wisatawan Mancanegara	2.902	1.510	1.321	1.377	3.964
	b. Wisatawan Nusantara	80.213	56.931	39.501	42.737	17.293
	<b>Jumlah</b>	<b>83.115</b>	<b>58.441</b>	<b>40.822</b>	<b>44.114</b>	<b>21.357</b>

Sumber : Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kota Surakarta, 2004

## 1.2 Rumusan Permasalahan

Sebagai salah satu wisata budaya yang cukup populer, Keraton Surakarta Hadiningrat ternyata tidak berkembang sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu indikatornya bisa dilihat dari kecenderungan wisatawan baik domestik maupun luar negeri yang berkunjung terus menurun dari tahun ke tahun. Terlihat di beberapa bangunan keraton tidak terawat, ditambah dengan adanya konflik internal berkaitan dengan suksesi di dalam Keraton Surakarta Hadiningrat.

Dapat disimpulkan bahwa kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat belum dikelola secara optimal sehingga keberadaan aset wisata dengan segala daya dukung yang ada belum mendapat respon positif wisatawan dalam bentuk kunjungan wisatanya. Sehingga diperlukan usaha yang terarah untuk mengatasi segala kelemahan yang ada. Oleh sebab itu pengembangan kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat sebagai wisata budaya perlu dilakukan melalui usaha pemasaran yang efektif dan efisien dengan menyesuaikan antara faktor

*supply* yang meliputi atraksi wisata, sarana wisata, aksesibilitas, pengelolaan dan informasi-promosi dengan faktor *demand* terhadap suatu tempat tujuan wisata untuk meningkatkan dan menggairahkan daya tarik wisata budaya Keraton Surakarta Hadiningrat, yang menjadi pertanyaan adalah : ”**1. bagaimana upaya untuk mengembangkan penawaran wisata? 2. bagaimana upaya untuk mengembangkan permintaan wisata? 3. bagaimana pengelolaan wisata di keraton selama ini? dalam mendukung dan mengembangkan potensi kepariwisataan di Keraton Surakarta Hadiningrat?**”

### **1.3 Tujuan**

Melihat latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui komponen penawaran dan permintaan wisata.
2. Menganalisis komponen penawaran dan permintaan wisata.
3. Menganalisis pengelolaannya dalam pengembangan potensi pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat .

### **1.4 Sasaran**

Sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis komponen penawaran dan permintaan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat dalam upaya mendukung kepariwisataan yang ada.
2. Menganalisis manajemen pengelolaan Keraton Surakarta Hadiningrat .
3. Menganalisis pengembangan obyek pariwisata Keraton Surakarta Hadiningrat.

4. Memberikan rekomendasi kesesuaian penawaran dan permintaan wisata di Keraton Surakarta Hadiningrat dan strategi-strategi untuk pengembangannya di masa mendatang.

### **1.5 Manfaat Studi**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para penyusun kebijakan sebagai bahan masukan bagi pengembangan kepariwisataan di Keraton Surakarta Hadiningrat khususnya dan di Kota Surakarta pada umumnya.

Adanya pengetahuan mengenai permintaan dan penawaran wisata diharapkan dapat memberikan masukan bagi upaya pengelolaan dan pengembangan wisata di Keraton Surakarta Hadiningrat.

### **1.6 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian dibagi menurut lingkup wilayah penelitian dan lingkup materi bahasan sebagai berikut:

#### **1.6.1 Ruang Lingkup Wilayah**

Keraton Surakarta Hadiningrat sebagai bangunan peninggalan bersejarah, pusat kebudayaan dan kesenian Jawa khususnya Jawa Tengah memiliki daya tarik tersendiri dan potensi yang masih bisa digali dan dikembangkan sebagai Daerah Tujuan Wisata sebagai ruang lingkup wilayah mikro dan Kota Surakarta sebagai ruang lingkup wilayah makro. (lihat peta dan denah pada halaman lampiran).

### 1.6.2 Ruang Lingkup Materi

Materi yang dibahas dalam penelitian ini berdasarkan uraian permasalahan yaitu potensi wisata dan permintaan wisatawan serta pengelolaannya sebagai upaya pengembangan kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat yang meliputi:

1. Pengertian umum pariwisata, jenis pariwisata, pengertian wisata budaya, , konservasi dan perlindungan cagar budaya, pengembangan pariwisata.
2. Perkembangan pariwisata di kota Surakarta pada umumnya dan di Keraton Surakarta Hadiningrat pada khususnya.
3. Aspek potensi wisata (*supply*) yang menyangkut penyediaan komponen-komponen pariwisata yang meliputi atraksi dan fisik kawasan, aksesibilitas, sarana wisata, informasi dan promosi.
4. Aspek *demand* adalah definisi wisatawan, preferensi wisatawan terhadap produk wisata yang ditawarkan.
5. Hasil aspek *supply* dan *demand* tersebut akan dianalisis dengan matrik BCG (*Boston Consulting Group*) sehingga dihasilkan temuan studi berupa kesesuaian/keseimbangan antara aspek penawaran dan permintaan.
6. Analisis pengelolaan obyek wisata Keraton Surakarta Hadiningrat.
7. Analisis pengembangan kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat dengan mengacu pada kesesuaian antara aspek penawaran dan permintaan wisata dan manajemen pengelolaannya.

## 1.7 Kerangka Pikir Penelitian

Kota Surakarta memiliki potensi yang baik di bidang pariwisata. Disamping letak kotanya yang sangat strategis, dikota ini juga banyak terdapat bangunan peninggalan bersejarah diantaranya adalah Keraton Surakarta Hadiningrat. Hal ini semakin lengkap dengan banyaknya fasilitas pendukung pariwisata seperti sarana wisata yang memadai, diantaranya akomodasi mulai dari hotel berbintang sampai melati, pusat perbelanjaan dan juga toko cinderamata, hal ini didukung pula dengan aksesibilitas yang tinggi karena kualitas jalan yang baik dan kemudahan sarana transportasi.

Namun demikian jika dilihat dari data kunjungan wisatawan ke kota Surakarta khususnya Keraton Surakarta Hadiningrat menunjukkan angka penurunan jumlah kedatangan wisatawan. Untuk itu diperlukan kajian terhadap aspek penawaran yang meliputi atraksi wisata, sarana wisata, aksesibilitas, dan informasi-promosi dan aspek permintaan wisata yang akan menganalisis karakteristik wisatawan terhadap produk wisata.

Hasil kedua aspek tersebut akan dianalisis kembali dengan matrik BCG (*Boston Consulting Group*) sehingga dihasilkan temuan study berupa kesesuaian/keseimbangan antara aspek penawaran dan permintaan. Dengan diketahuinya keseimbangan antara aspek penawaran dan permintaan akan dapat ditentukan kebijakan penambahan atas aspek yang kurang.

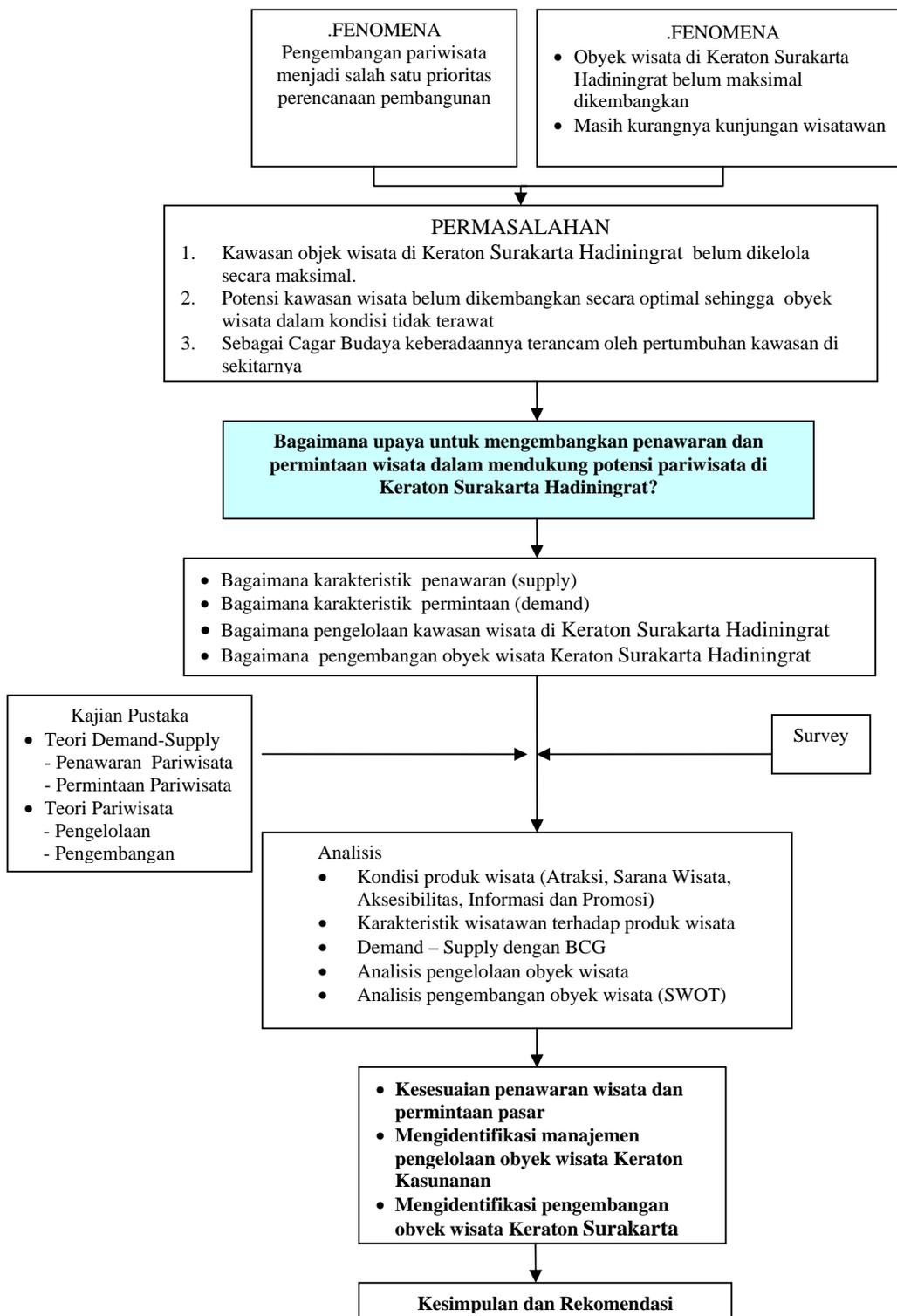
Di samping itu sebagai suatu kawasan wisata budaya, Keraton Surakarta Hadiningrat terkesan kurang terpelihara dengan baik dan keberadaannya semakin terdesak oleh pertumbuhan yang tidak terkendali di kawasan tersebut

seperti PKL yang menjamur, berubahnya ruang hijau terbuka dan bangunan bersejarah menjadi pertokoan, konflik masalah suksesi yang berkepanjangan. Masalah yang dihadapi Keraton Surakarta Hadiningrat sedemikian kompleks sehingga perlu dilakukan kajian secara internal mengenai pengelolaannya selama ini, dengan mencermati masalah manajemen yang diterapkan, sumber pembiayaan dalam operasional keraton sehari-hari, masalah konservasi cagar budaya dan dampak dari adanya konflik suksesi di keraton.

Dari hasil analisis mengenai penawaran dan permintaan wisata, analisis pengelolaan dan diperkuat dengan analisis SWOT yang diharapkan nantinya dapat disusun suatu kebijakan strategis dalam pengembangan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat.

Kerangka pemikiran secara sistematis dapat dilihat pada diagram alur pikir pada **Gambar 1.1** halaman 14 sebagai berikut :

**KERANGKA PEMIKIRAN**



## 1.8 Pendekatan Penelitian

Penelitian tentang analisis penawaran dan permintaan wisata dalam pengembangan potensi wisata di Keraton Surakarta Hadiningrat ini dapat dikategorikan sebagai penelitian deskriptif kualitatif untuk mengetahui peta kondisi dan potensi kepariwisataan di kawasan tersebut.

Penelitian ini akan mengkaji aspek permintaan wisata yang dimaksudkan untuk mengetahui wisatawan dengan segala kebutuhannya yang berkaitan dengan keberadaan mereka selama melakukan kunjungan wisata ke Keraton Surakarta Hadiningrat. Dari aspek penawaran dimaksudkan untuk menilai ketersediaan komponen potensi wisata dalam suatu sistem kepariwisataan, yang berupa atraksi, sarana wisata, aksesibilitas, promosi dan informasi. Berdasarkan kajian terhadap permintaan dan penawaran tersebut, maka akan dapat diketahui peta kondisi dan potensi kepariwisataan di Keraton Surakarta Hadiningrat. Selanjutnya akan dilakukan analisis mengenai manajemen pengelolaannya selama ini sehingga dari beberapa analisis yang dilakukan tersebut, diharapkan nantinya dapat bermanfaat dalam pengembangan pariwisata di kawasan tersebut.

Kajian mengenai potensi wisata di Keraton Surakarta Hadiningrat dilakukan dengan melalui langkah-langkah sebagai berikut :

1. Mengumpulkan informasi mengenai kondisi obyek penelitian baik fisik maupun non fisik, yang diperlukan untuk mendapatkan deskripsi yang menyeluruh mengenai kondisi, potensi dan permasalahan yang ada dalam pengembangan kepariwisataan.

2. Selain itu juga dilakukan kajian pustaka dan studi lain mengenai pariwisata, untuk mendapatkan data sekunder sehingga secara teori dapat diketahui secara lebih mendalam tentang potensi wisata yang ada melalui pendekatan aspek penawaran dan permintaan, pengelolaan dan pengembangan.
3. Dalam penelitian ini analisis datanya menggunakan beberapa pendekatan yaitu
  - a. Analisis Kualitatif
    - Deskriptif, yaitu menganalisis kondisi dan potensi obyek wisata yang diteliti melalui pengertian, uraian maupun penjelasan-penjelasan.
    - Normatif, yaitu analisis terhadap suatu kondisi yang seharusnya mengikuti aturan-aturan dan pedoman yang masih berlaku, berupa landasan hukum dan aturan/ketentuan yang dibuat oleh instansi terkait.
  - b. Analisis Kuantitatif, digunakan untuk mengukur variabel-variabel penawaran dan permintaan wisata dengan teknik skoring.

## **1.9 Metode Penelitian**

### **1.9.1 Kebutuhan Data**

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data primer yaitu jenis data yang dikumpulkan secara langsung di lapangan dan berasal dari narasumber yang diperlukan yaitu wisatawan yang berkunjung ke Keraton Surakarta Hadiningrat dan para pengelola. Di samping koesioner dan wawancara dengan pengelola dan wisatawan, dalam pengumpulan data primer ini juga diperlukan observasi ke obyek wisata dan fasilitas wisata yang ada di kawasan keraton. Pengumpulan data primer ini dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik wisatawan dikaitkan dengan

produk wisata yang ada dan manajemen dalam mengelola Keraton Surakarta Hadiningrat.

- b. Data sekunder; jenis data yang diperoleh dari beberapa instansi yang berkaitan dengan kepentingan penelitian ini. Data sekunder berupa makalah, jurnal, dan hasil penelitian lain. Data sekunder ini juga berupa publikasi dari laporan instansi pemerintah dan lembaga pemerintah seperti: Bappeda, Dinas Pariwisata, DLLAJR dan dokumen atau arsip dari Keraton Surakarta Hadiningrat sendiri, di antaranya berupa gambaran wilayah Kota Surakarta, peraturan atau kebijakan yang berkaitan dengan sektor pariwisata. Data sekunder dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui penawaran pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat, sebagai berikut (Tabel I.3).

**TABEL I.3**  
**DATA YANG DIPERLUKAN**

Sasaran Penelitian	Aspek yang diteliti	Data yang diperlukan	Kegunaan	Metode	Sumber data	Hasil yang ingin dicapai
Menganalisa ketersediaan komponen produk wisata (Penawaran-Supply	Atraksi wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kondisi obyek wisata yang ada</li> <li>- Atraksi yang ditampilkan</li> </ul>	Untuk mengetahui : <ul style="list-style-type: none"> <li>- kondisi dan atraksi yang ada di obyek wisata</li> </ul>	Data Sekunder	Pengelola keraton	Mengidentifikasi penawaran wisata yang ada dengan segala kondisinya yaitu atraksi wisata, sarana wisata, aksesibilitas, promosi dan informasi.
	Sarana wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>- akomodasi</li> <li>- rumah makan</li> <li>- sarana belanja</li> <li>- toko cinder mata</li> <li>- pemandu wisata</li> </ul>	Untuk mengetahui : <ul style="list-style-type: none"> <li>- jumlah / hotel/ losmen/ penginapan.</li> <li>- Jumlah restoran/ rumah makan</li> <li>- Jumlah toko/warung/pusat perbelanjaan</li> <li>- Jumlah toko cinder mata</li> <li>- Jumlah pemandu wisata</li> </ul>	Data Sekunder	Dinas Pariwisata Dan pengelola	
	Aksesibilitas Wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aksesibilitas menuju obyek wisata</li> <li>- Moda Angkutan</li> </ul>	Untuk mengetahui : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jumlah dan jenis dan kondisi moda angkutan</li> </ul>	Data Sekunder	DLLAJR	

	Informasi promosi wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pameran</li> <li>- Brosur/leaflet</li> <li>- Promosi di media masa</li> <li>- Website</li> </ul>	Untuk mengetahui : - Penyampaian informasi promosi wisata yg dilakukan	Data Sekunder	Dinas Pariwisata Dan pengelola	
Menganalisa pola permintaan wisatawan	Kebutuhan atraksi wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jenis atraksi wisata</li> <li>- Kelengkapan atraksi wisata</li> </ul>	Untuk mengetahui : Atraksi wisata yang menarik wisatawan	Data Primer dengan Kuesioner	Responden	Mengidentifikasi kondisi dan karakteristik wisatawan terhadap permintaan wisata berupa atraksi wisata, sarana wisata, aksesibilitas, informasi dan promosi.
	Kebutuhan Sarana wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kebutuhan akomodasi</li> <li>- Kebutuhan makan minum</li> <li>- Kebutuhan belanja Souvenir</li> <li>- Pemandu wisata</li> </ul>	Untuk mengetahui : Kebutuhan wisatawan akan jasa wisata			
	Kebutuhan Aksesibilitas wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aksesibilitas menuju obyek wisata</li> <li>- Aksesibilitas dalam obyek</li> <li>- Moda yang dipakai</li> </ul>	Untuk mengetahui : Sarana dan prasarana transportasi yang diinginkan wisatawan			
	Kebutuhan informasi promosi wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promosi media masa</li> <li>- Brosur/leaflet</li> <li>- Pameran wisata</li> <li>- Website</li> </ul>	Untuk mengetahui : Informasi dan promosi yang dapat dijangkau wisatawan			
Mengetahui manajemen pengelolaan Keraton Kasunanan Surakarta	Manajemen pengelolaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manajemen pengelolaan</li> <li>- Pembiayaan</li> <li>- Permasalahan</li> </ul>	Untuk mengetahui manajemen dalam mengelola Keraton Kasunanan Surakarta.	Data Primer	Pengelola	

Sumber : Hasil Analisis, 2005

### 1.9.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1 Wawancara langsung yang diajukan kepada responden, yaitu pihak pengelola.
- 2 Angket (*questionnaire*), yakni dengan melalui daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden.

- 3 Observasi lapangan atau pengamatan langsung di lapangan untuk meneliti atau mengukur obyek penelitian secara sistematis.
- 4 Dokumentasi, yaitu teknik yang digunakan untuk mendapatkan data sekunder dengan cara mempelajari dan mencatat arsip-arsip atau data-data yang ada kaitannya dengan masalah-masalah yang akan diteliti sebagai bahan menganalisis permasalahan.

Penelitian tidak dilakukan terhadap semua individu dalam populasi mengingat adanya berbagai keterbatasan dana, waktu dan kemampuan. Untuk itu kuesioner diberikan kepada beberapa sampel yang dapat dianggap mewakili karakteristik dari keseluruhan populasi.

### **1.9.3 Teknik Pengolahan data**

Setelah memperoleh data yang dibutuhkan maka tahapan selanjutnya adalah mengelompokkan data yang bertujuan untuk mensistematiskan bermacam-macam data yang telah diperoleh sehingga mempermudah dalam tahapan selanjutnya. Adapun data tersebut dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder.

Hasil dari data primer sifatnya masih mentah, sehingga agar data tersebut lebih berguna bagi penelitian diperlukan suatu pengolahan dan penyajian data . Tahap-tahap yang dilakukan dalam teknik tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Editing*, merupakan kegiatan pemeriksaan terhadap data yang masuk, apakah terdapat kekeliruan dalam pengisian atau kurang lengkap, palsu, tidak sesuai dan sebagainya. Editing dilakukan dengan harapan akan diperoleh data yang benar-benar valid dan *reliable* , serta dapat dipertanggungjawabkan.

2. *Coding*, proses berikutnya setelah editing adalah pemberian kode. Kode diberikan pada catatan-catatan lapangan, hasil observasi, data dari dokumentasi dan jawaban pertanyaan yang diberikan responden. Kegiatan ini dilakukan untuk memudahkan analisa, yaitu memungkinkan untuk menemukan dengan cepat dan menggolongkan seluruh bagian yang berhubungan dengan permasalahan tertentu, hipotesa, konsep maupun tema. Jadi kode-kode yang diberikan tersebut merupakan alat untuk mengorganisasikan dan menyusun data yang berupa kata-kata.
3. *Tabulating*, yang merupakan tahap memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka sehingga mudah menganalisisnya.

Langkah selanjutnya adalah dengan menganalisis data, dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis *Boston Consultans Group* (BCG), Analisis SWOT dan Analisis Deskriptif Kualitatif .

#### **1.9.3.1 Analisis BCG untuk kesesuaian antara penawaran dan permintaan.**

Tahapan dalam analisis ini adalah sebagai berikut :

##### **a. Skoring.**

Berdasarkan hasil survey primer, yang berupa observasi dan penyebaran kuesioner tentang permintaan wisata dan penawaran wisata dilakukan penilaian terhadap variabel yang akan diteliti yaitu wisatawan, atraksi wisata, sarana wisata, aksesibilitas, informasi dan promosi, dan hasilnya diberi skor 2 (dua) untuk tinggi dan skor 1 (satu) untuk rendah. Suatu komponen wisata, misalnya atraksi wisata memperoleh skor 2 atau tinggi jika lebih dari 50% wisatawan menyatakan atraksi tersebut menarik untuk disaksikan dan sebaliknya memperoleh nilai 1 atau rendah

jika 50% atau lebih wisatawan menyatakan atraksi tersebut tidak menarik. Disini tidak ada skor tengah atau sedang karena dalam matrik BCG hanya ada dua kuadran dari masing-masing penawaran dan permintaan yaitu tinggi atau rendah dan kriteria penilaian dari beberapa variabel yang diteliti menggunakan prosentase.

#### b. Matrik BCG

Setelah diketahui skor masing-masing variabel yang akan diteliti yaitu wisatawan, atraksi wisata, sarana wisata, aksesibilitas, informasi dan promosi, maka selanjutnya dilakukan pemetaan posisinya ke dalam Matrik BCG (*Boston Consulting Group*). Matrik BCG terdiri dari 4 bagian kuadran dengan garis horizontal untuk permintaan wisata dan garis vertikal untuk penawaran wisata. (RD.Jatmiko,2003:172)

Selanjutnya setiap kuadran tersebut dipakai dengan istilah *Star*, *Cash Cows*, *Problem Children* dan *Dogs*.

Bila posisi pada Kuadran :

- *Star* berarti komponen penawaran dan permintaan bernilai tinggi sehingga memiliki daya saing yang tinggi.
- *Problem Children* berarti posisi penawaran tinggi tetapi permintaan rendah. Dalam hal ini pengembangan kunjungan wisata perlu dikembangkan dengan meningkatkan promosi dan kualitas pelayanan sedangkan produk wisata hanya perlu dipertahankan tidak perlu ditambah.

- *Cash Cows* yang berarti posisi penawaran rendah tetapi permintaan tinggi. Maka dalam hal ini diperlukan usaha yang optimal untuk membangun dan meningkatkan komponen produk wisata agar jumlah wisatawan bertambah.
- *Dogs* berarti penawaran dan permintaan rendah yang berarti diperlukan biaya investasi yang tinggi bagi pengembangan obyek wisata tersebut, jika perlu ditutup saja.

	Rendah	Tinggi
Penawaran	PROBLEM CHILDREN	STARS
	DOGS	CASH COWS
	Permintaan	

**GAMBAR I.2**  
**MATRIK POSISI PERMINTAAN DAN PENAWARAN**

Sumber : RD.Jatmiko (2003:173)

### **1.9.3.2 Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Keraton Surakarta Hadiningrat.**

Alat analisis yang dipakai adalah SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dalam bidang pariwisata analisis SWOT bermanfaat untuk merumuskan arahan dan strategi dalam pengembangan pariwisata.

Analisis SWOT sebagai alat alat identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan potensi dan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalisasi kelemahan dan ancaman sehingga akan memberikan output berupa target atau perlakuan untuk mencapai tujuan (Santosa dkk, 2002:37)

**TABEL I.4**  
**METODE ANALISIS SWOT**

<b>EKSTERNAL</b>	<b>INTERNAL</b>	<b>Opportunities (Peluang)</b>	<b>Threats (Ancaman)</b>
	<b>Strength (Kekuatan)</b>	Strategi memanfaatkan kekuatan dan mengisi peluang	Strategi memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan
	<b>Weakness (Kelemahan)</b>	Strategi mengatasi kelemahan dan mengisi peluang	Strategi mengatasi kelemahan dan menghadapi ancaman

Sumber: Santosa dkk, 2005:111

### **1.9.3.3 Analisis Deskriptif Kualitatif Untuk Analisis Pengelolaan Keraton Surakarta Hadiningrat.**

Analisis ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan menganalisis data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dengan pihak-pihak terkait dalam pengelolaan kawasan wisata budaya Keraton Surakarta Hadiningrat. Analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang manajemen pengelolaan, pembiayaan dan permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan Keraton Surakarta Hadiningrat.

Berikut dalam **Gambar 1.3** pada halaman 24 dapat dilihat kerangka analisis sebagai berikut:



## **1.9.4 Populasi dan Sampel**

### **1.9.4.1 Populasi**

Berkaitan dengan pengumpulan data primer, maka populasi yang menjadi sasaran penelitian ini adalah para wisatawan nusantara yang berkunjung ke obyek wisata Keraton Surakarta Hadiningrat.

### **1.9.4.2 Jumlah Sampel**

Agar sampel yang diambil cukup representatif untuk dapat mewakili keseluruhan populasi, maka diambil cara pengambilan sampel yang baik. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus (Rakhmat, 2001:82) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

d = Persen Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (derajat kecermatan) sebesar 5-10 %

Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah wisatawan nusantara, karena data menunjukkan hampir 90% wisatawan yang berkunjung ke keraton adalah wisatawan nusantara. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kota Surakarta pada tahun 2004, jumlah wisatawan nusantara yang berkunjung ke Keraton Surakarta Hadiningrat sebesar 17.293 wisatawan dan dengan menggunakan rumus dalam Rakhmat (2001:82), maka jumlah sample (derajat kecermatan 10%) yang dibutuhkan yaitu:

### Populasi dan Sample Wisatawan

$$\begin{array}{l} \text{Populasi Wisnus} \quad : 17.293 \\ \text{Sample Wisnus} \quad : 17.293 \\ \hline 1 + 17.293 \times (0,1)^2 = 100 \text{ Wisnus} \end{array}$$

#### 1.9.4.3 Teknik Pengambilan Sample

Keberadaan sampel dalam suatu penelitian sangat diperlukan. Mengingat jumlah populasi yang banyak sangat sulit untuk diteliti satu persatu, dengan demikian akan diambil sampel yang sekiranya dapat mewakili dan dijadikan sumber data yang akurat. Dalam menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, ada beberapa acuan yang perlu diperhatikan. Menurut Singarimbun (1995), metode penarikan sampel yang ideal mempunyai sifat-sifat:

- a. Dapat menghasilkan gambaran yang dapat dipercaya untuk seluruh populasi.
- b. Sederhana sehingga mudah untuk digunakan.
- c. Dapat memberikan keterangan sebanyak mungkin dengan biaya yang serendah-rendahnya.
- d. Dapat menentukan tingkat ketepatan dari hasil penelitian dengan menentukan simpangan baku dari taksiran yang diperoleh.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. *Purposive Sampling* yaitu dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu. Sampling yang purposive adalah sampel yang dipilih dengan cermat hingga relevan dengan desain penelitian (Nasution, 2004:98).

Teknik penarikan sampel/pemilihan responden dalam studi ini didasarkan pada pengetahuan dan pengalaman responden di bidang pariwisata dan khususnya yang mengetahui dan memahami tentang pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat. Dalam hal ini responden merupakan pengelola (Pengageng Pariwisata dan Museum) dari obyek wisata di Keraton Surakarta Hadiningrat

2. *Accidental Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel pada saat responden dijumpai di tempat wisata. Disebarkan untuk para pengunjung Keraton Surakarta Hadiningrat.

### **1.9.5 Laporan dan Penyajian Data**

Setelah melalui beberapa tahapan di atas, yaitu mengumpulkan data, mengolah dan menganalisis, maka langkah terakhir dari penelitian ini adalah memberikan laporan dan penyajian hasil penelitian dalam bentuk tesis. Dan diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan dunia pariwisata di Kota Surakarta pada umumnya dan di Keraton Surakarta Hadiningrat pada khususnya.

### **1.10. Sistematika Pembahasan**

Untuk mencapai maksud dan tujuan penulisan studi ini, secara keseluruhan pembahasan dibagi menjadi 5 (lima) Bab sebagai berikut :

Bab I : PENDAHULUAN; berisikan penjelasan perlunya dan mengapa penelitian ini dilakukan. Dimulai sub bab latar belakang yang berisikan penjelasan tentang situasi yang perlu diteliti. Perumusan permasalahan yang dituangkan dalam bentuk pertanyaan penelitian dengan tujuan dan sasaran study yang ingin dicapai. Ruang lingkup penelitian menggambarkan lokasi dan batasan penelitian serta kerangka pemikiran yang merupakan alur pikir penulis dalam menuangkan pemikiran penulisan.

Bab II : PENAWARAN DAN PERMINTAAN WISATA DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA; berisikan teori-teori yang berhubungan dengan judul penelitian mengenai kepariwisataan, penawaran dan permintaan wisata, manajemen pengelolaan serta pengembangan pariwisata. Dari hasil kajian pustaka dipakai sebagai acuan dalam proses perumusan masalah, penentuan variable penelitian, penentuan metode dan teknik penelitian (teknik sampling, instrumen pengumpulan data, analisis data)

Bab III : KERATON SURAKARTA HADININGRAT; memberikan gambaran tentang kondisi dan potensi Keraton Surakarta Hadiningrat maupun gambaran kepariwisataan kota Surakarta secara umum.

Bab IV : ANALISIS PENAWARAN DAN PERMINTAAN WISATA DALAM PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA DI KERATON SURAKARTA HADININGRAT; berisikan hasil analisis penelitian yaitu analisis penawaran dan

permintaan wisata, analisis pengelolaan pariwisata keraton dan analisis pengembangan pariwisata Keraton Surakarta Hadiningrat

Bab V : PENUTUP; berisikan temuan studi, kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran bagi pengambil kebijakan bagi pengembangan pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat pada khususnya dan pariwisata Kota Surakarta pada umumnya.

## **BAB II**

### **PENAWARAN DAN PERMINTAAN WISATA DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA**

#### **2.1 Pengertian dan Batasan Pariwisata**

Istilah pariwisata berasal dari dua suku kata, yaitu pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali atau berputar-putar. Wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat yang lain.

Pengertian pariwisata secara luas dapat dilihat dari beberapa definisi sebagai berikut:

- Menurut A.J. Burkart dan S. Medlik, pariwisata berarti perpindahan orang untuk sementara (dan) dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat dimana mereka biasanya hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan tersebut (Soekadijo, 2000:3).
- Menurut Prof. Hunzieker dan Prof. K. Krapf, pariwisata dapat didefinisikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal di situ untuk melakukan suatu pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara (Soekadijo, 2000:12).
- Menurut *World Tourism Organization (WTO)*, pariwisata adalah kegiatan seseorang yang bepergian ke atau tinggal di suatu tempat di luar

lingkungannya yang biasa dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus, untuk kesenangan, bisnis ataupun tujuan lainnya.

- Menurut Undang-undang No. 9 Tahun 1990, kepariwisataan merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan dan pengusahaan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana wisata, usaha jasa pariwisata, serta usaha-usaha lain yang terkait.

Pengunjung dapat dibagi dalam dua kategori, yaitu wisatawan dan ekskursionis. Menurut Norval, wisatawan ialah setiap orang yang datang dari suatu negara asing, yang alasannya bukan untuk menetap atau bekerja di situ secara teratur, dan yang di negara dimana ia tinggal untuk sementara itu membelanjakan uang yang didapatkannya di lain tempat. (Soekadijo, 2000:13)

Pada tahun 1937, Komisi Ekonomi Liga Bangsa-bangsa menyebutkan motif-motif yang menyebabkan orang asing dapat disebut wisatawan. Mereka yang termasuk wisatawan adalah :

- Orang yang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang (*pleasure*), karena alasan keluarga, kesehatan dan sebagainya.
- Orang yang mengadakan perjalanan untuk mengunjungi pertemuan-pertemuan atau sebagai utusan (ilmiah, administratif, diplomatik, keagamaan, atletik dan sebagainya).
- Orang yang mengadakan perjalanan bisnis.
- Orang yang datang dalam rangka pelayaran pesiar (*sea cruise*), kalau ia tinggal kurang dari 24 jam.

Akan tetapi istilah wisatawan tidak meliputi orang-orang berikut:

- Orang yang datang untuk memangku jabatan atau mengadakan usaha di suatu negara.
- Orang yang datang untuk menetap.
- Penduduk daerah perbatasan dan orang yang tinggal di negara yang satu, akan tetapi bekerja di negara tetangganya.
- Pelajar, mahasiswa dan kaum muda di tempat-tempat pemondokan dan di sekolah-sekolah.
- Orang yang dalam perjalanan melalui sebuah negara tanpa berhenti di situ, meskipun di negara itu lebih dari 24 jam.

Ekskursionis adalah pengunjung yang hanya tinggal sehari di negara yang dikunjungi, tanpa bermalam. Hal tersebut juga meliputi orang-orang yang mengadakan pelayaran pesiar (*cruise passanger*). Di dalamnya tidak termasuk orang-orang yang secara legal tidak memasuki sesuatu negara asing, seperti misalnya orang yang dalam perjalanan menunggu di daerah transit di pelabuhan udara.

## **2.2 Jenis-jenis Wisata**

Menurut Nyoman S. Pendit (1999:42) wisata berdasarkan jenis-jenisnya dapat dibagi ke dalam dua kategori, yaitu:

1. Wisata Alam, yang terdiri dari:
  - a. Wisata Pantai (*Marine tourism*), merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.

- b. Wisata Etnik (*Etnik tourism*), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang menarik.
  - c. Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*), merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.
  - d. Wisata Buru, merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
  - e. Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan di mana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya.
2. Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari:
- a. Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti tempat bekas pertempuran (*battle fields*) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak negara.
  - b. Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, antara lain museum arkeologi, sejarah, etnologi, sejarah alam, seni dan

kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.

### **2.3 Komponen-komponen Wisata**

Menurut Inskeep (1991:38), di berbagai macam literatur dimuat berbagai macam komponen wisata. Namun ada beberapa komponen wisata yang selalu ada dan merupakan komponen dasar dari wisata. Komponen-komponen tersebut saling berinteraksi satu sama lain. Komponen-komponen wisata tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- Atraksi dan kegiatan-kegiatan wisata

Kegiatan-kegiatan wisata yang dimaksud dapat berupa semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan suatu daerah dan kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan kegiatan wisata yang menarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah obyek wisata.

- Akomodasi

Akomodasi yang dimaksud adalah berbagai macam hotel dan berbagai jenis fasilitas lain yang berhubungan dengan pelayanan untuk para wisatawan yang berniat untuk bermalam selama perjalanan wisata yang mereka lakukan.

- Fasilitas dan pelayanan wisata

Fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata. Fasilitas tersebut termasuk *tour and travel operations* (disebut juga pelayanan penyambutan). Fasilitas tersebut misalnya: restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko-toko untuk menjual hasil kerajinan tangan, cinderamata, toko-toko khusus,

toko kelontong, bank, tempat penukaran uang dan fasilitas pelayanan keuangan lainnya, kantor informasi wisata, pelayanan pribadi (seperti salon kecantikan), fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum (termasuk kantor polisi dan pemadam kebakaran), dan fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar (seperti kantor imigrasi dan bea cukai).

- Fasilitas dan pelayanan transportasi

Meliputi transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata, transportasi internal yang menghubungkan atraksi utama kawasan wisata dan kawasan pembangunan, termasuk semua jenis fasilitas dan pelayanan yang berhubungan dengan transportasi darat, air, dan udara.

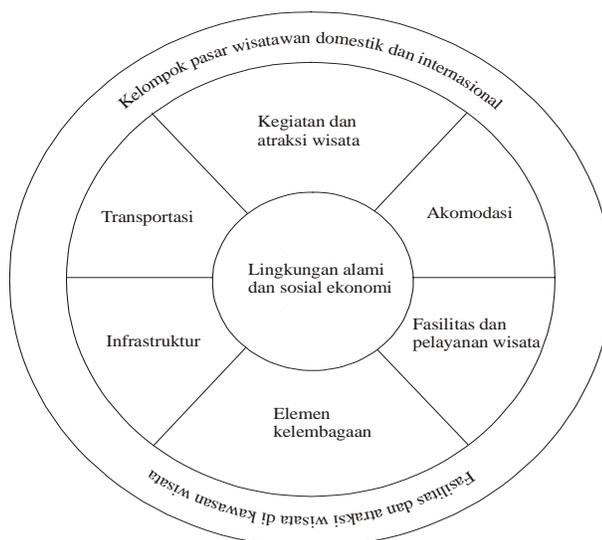
- Infrastruktur lain

Infrastruktur yang dimaksud adalah penyediaan air bersih, listrik, drainase, saluran air kotor, telekomunikasi (seperti telepon, telegram, telex, faksimili, dan radio).

- Elemen kelembagaan

Kelembagaan yang dimaksud adalah kelembagaan yang diperlukan untuk membangun dan mengelola kegiatan wisata, termasuk perencanaan tenaga kerja dan program pendidikan dan pelatihan; menyusun strategi marketing dan program promosi; menstrukturisasi organisasi wisata sektor umum dan swasta; peraturan dan perundangan yang berhubungan dengan wisata; menentukan kebijakan penanaman modal bagi sektor publik dan swasta; mengendalikan program ekonomi, lingkungan, dan sosial kebudayaan.

Gambar 1 menunjukkan komponen-komponen wisata tersebut dalam suatu hubungan keseluruhan dari lingkungan alami dan sosial ekonomi antara pasar internasional dan wisatawan domestik yang akan dilayani dan kawasan tempat tinggal yang digunakan sebagai tempat atraksi, penyediaan fasilitas, pelayanan, dan infrastruktur.



**GAMBAR 2.1**  
**KOMPONEN PERENCANAAN WISATA**  
*Sumber: Inskeep, 1991:39*

#### **2.4 Pemanfaatan Bangunan Bersejarah Sebagai Objek Pariwisata**

Saat ini perlindungan benda bersejarah tidak hanya sebagai unsur pelengkap dalam perencanaan kota, tetapi merupakan bagian utama dari perencanaan perkotaan. Perlindungan benda bersejarah ini meliputi penggunaan kembali yang bersifat adaptif, rehabilitasi dan pembangunan kembali daerah-daerah kuno yang biasanya terletak di pusat perkotaan (Catanesi, 1992:413).

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 1992 tentang Benda Cagar Budaya penyempurnaan dari Monumenten Ordonnantie No. 19 Tahun 1931 (Staatsblad Tahun 1931 No. 238), sebagaimana telah diubah dengan Monumenten Ordonnantie No. 21 Tahun 1934 (Staatsblad Tahun 1934 No. 515) antara lain menyatakan bahwa *benda buatan manusia yang dianggap mempunyai nilai penting bagi sejarah termasuk ke dalam benda cagar budaya.*

Perlindungan benda cagar budaya merupakan salah satu upaya bagi pelestarian warisan budaya bangsa yang mencerminkan peradaban suatu bangsa. Upaya pelestarian tersebut sangat berarti bagi kepentingan pembinaan dan pengembangan sejarah, ilmu pengetahuan dan kebudayaan, serta pemanfaatan lainnya seperti pariwisata yang dapat meningkatkan pendapatan negara.

Para wisatawan, baik mancanegara maupun nusantara, umumnya sangat terkesan dengan keseluruhan dari pemandangan yang ada, barang-barang bersejarah yang ditemukan di kawasan wisata, pancaran aura yang terpancar dari lingkungan sekitar, kegiatan atau kebiasaan rutinitas yang masih dipraktekkan, keunikan dari suatu kawasan, atau pada fakta bahwa suatu kunjungan wisata memerlukan waktu yang lebih lama. Daftar dan peringkat ketertarikan wisatawan pada suatu monumen berbeda dengan kepentingan arkeologi dan hal tersebut sangat dipengaruhi oleh cara monumen tersebut dipresentasikan, termasuk rekonstruksinya, cara penginterpretasiannya dan interaksi monumen tersebut dengan sejarahnya. Hal tersebut berkaitan dengan pemahaman, baik secara keteknikan maupun keilmuan, dimana penginterpretasian dan penjelajahan

merupakan salah satu bagian terpenting dari pengalaman kependidikan. Menurut Baud-Bovy (1998:230), hal-hal yang dapat membuat wisatawan tertarik adalah:

- Pusat orientasi, yang mempresentasikan sejumlah ilustrasi sejarah, tampilan-tampilan yang interaktif, penjelasan-penjelasan deskriptif secara terperinci, dan lain sebagainya.
- Kesempatan untuk mengalami sendiri kejadian-kejadian, berbagai aktivitas, dan kondisi sesungguhnya dengan menggunakan aktor atau kondisi tiruan dari suatu sejarah (museum 'hidup').
- Rekonstruksi dari reruntuhan bangunan untuk mengilustrasikan skala monumental dari keadaan asli suatu sejarah.
- Pusat wisatawan (*visitor centre*), termasuk toko cinderamata, fasilitas informasi dan fasilitas umum lainnya.

Cara terbaik untuk menkonservasi suatu monumen, menurut Baud-Bovy (1998:230), adalah dengan cara menggunakan monumen tersebut, baik dengan cara menjamin kelangsungan dari fungsi aslinya (seperti keagamaan, kepentingan politik) maupun dengan mengubah fungsinya menjadi kegiatan sementara (misalnya mengadakan festival) atau dengan kegunaan yang lebih permanen (untuk museum, hotel pemuda, pusat informasi wisatawan, hotel, dan lain sebagainya).

Suatu kawasan monumental tidak harus didominasi oleh museum-museum yang ada pada kawasan tersebut dan sebaiknya kawasan tersebut tidak diisolasi dari lingkungan sebenarnya dengan menggunakan taman-taman ornamental, tempat parkir dan lain-lain. Upaya menjaga kelangsungan kawasan monumental

tersebut haruslah tidak kentara dan bersifat sebagai pelengkap. Upaya-upaya tersebut diantaranya adalah:

- Menjaga lebar jalan masuk kawasan sekecil mungkin (dengan lebar 5,5 m atau bahkan 3 m) dan menghindari jalan masuk langsung menuju ke monumen (sebagai bagian dari kejutan bagi para pengunjung).
- Menyembunyikan fasilitas-fasilitas yang sebaiknya tidak terlihat dari kawasan monumental tersebut (seperti tempat parkir).
- Meminimalisasi modifikasi yang dilakukan terhadap pemandangan alam natural dan karakteristiknya.
- Melindungi lingkungan sekitar dari perubahan-perubahan yang berarti khususnya dari pembangunan gedung-gedung baru.
- Mengatur kunjungan baik berupa kunjungan individual maupun kunjungan berkelompok.

## **2.5. Wisata Budaya**

### **2.5.1 Pengertian Wisata Budaya**

Budaya berasal dari bahasa sansekerta yaitu *Buddayah*, yang berarti budi atau akal. Rumusan lain budaya merupakan seluruh aspek kehidupan masyarakat melalui cipta, rasa dan karsanya.

Secara fungsional pengertian wisata budaya merupakan suatu area atau wadah yang dipergunakan sebagai ajang untuk mengelola wujud dari keanekaragaman kebudayaan yang berkembang pada suatu tempat atau daerah,

dimana mencakup wujud abstrak, aktifitas dan benda dengan misi pengembangan kebudayaan.

Wisata budaya berfungsi sebagai pusat segala kegiatan hiburan budaya yang mengandung nilai-nilai hidup, khususnya melalui kegiatan-kegiatan yang sangat erat hubungannya dengan kehidupan seni dan budaya. Sebagai wadah pengembangan pariwisata dan peningkatan pengembangan kesenian yang terdapat di daerah-daerah, kebutuhan Taman Budaya harus selalu disesuaikan dengan kondisi serta situasi potensi budaya di daerah itu tanpa mengurangi pengembangan untuk waktu-waktu yang akan datang.

Warisan (*heritage*) didefinisikan sebagai sesuatu yang berharga yang diberikan dari suatu generasi ke generasi selanjutnya. Dalam konteks pariwisata, warisan berarti segala produk yang dapat menjadi subyek untuk promosi pariwisata. Hal ini termasuk pemandangan alam, sejarah, tradisi dan manifestasi budaya, tempat-tempat arkeologi, artifak, arsitektur, bangunan-bangunan artistik dan sebagainya yang semua itu patut dilindungi sebagai suatu potensi nasional, regional dan lokal. Jadi warisan mengandung nilai-nilai sejarah dari masa lalu dan dipandang sebagai bagian dari tradisi kebudayaan suatu masyarakat (Nuryanti, 1997:61).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa warisan dan budaya mempengaruhi pariwisata dan sebaliknya, pariwisata membawa pengaruh yang sangat kuat terhadap warisan dan budaya.

### **2.5.2. Warisan Budaya**

Selain bersifat ekspansi yang elastis dan musiman, permintaan wisata juga dipengaruhi oleh beragamnya tipologi yang menggambarkan banyaknya motifasi wisatawan dan berbagai manfaat yang mereka peroleh dari perjalanan mereka, karena kurangnya penelitian yang memadai mengenai motivasi wisata, permintaan dapat diartikan dalam perilaku dan kecenderungan wisatawan (Nuryanti, 1997:63)

Pearce (1977:57) telah membagi pengaruh-pengaruh terhadap pilihan budaya sebagai faktor pendorong dan penarik. Dalam tinjauannya atas literatur terdahulu mengenai motivasi wisata, Pearce menjelaskan 'keinginan untuk bepergian' sebagai suatu faktor penarik. Implikasi selanjutnya mengabaikan semua daya tarik lain dari sebuah tempat wisata dan bukan merupakan wisata warisan budaya kecuali jika diasumsikan bahwa semua motivasi adalah bermacam faktor pendorong. Kebutuhan untuk melepaskan diri dari kebosanan dengan bermacam unsur warisan budaya, institusi, masakan dan ide bahwa perjalanan harus menjadi bagian penting dari sebuah kunjungan.

Faktor pendorong lainnya mencakup pelepasan dari gaya hidup yang monoton atau dari suasana hidup yang datar, penjelajahan tempat-tempat baru, penyegaran energi yang terbangun, relaksasi, gengsi, interaksi sosial dan mempererat rasa persaudaraan dan persahabatan. Oleh sebab itu warisan budaya menjadi bagian penting dari perjalanan wisata.

## 2.6 Penawaran Wisata

Penawaran wisata merupakan produk yang diberikan kepada wisatawan untuk dapat dinikmati. Selanjutnya dijelaskan oleh Mc Itosh (1995:77) bahwa aspek produk wisata dapat digolongkan kedalam empat kategori yaitu:

- a. Sumber daya alam, yang terdiri dari : udara, iklim, pegunungan, lembah, flora dan fauna, mata air, pantai, pemandangan alam.
- b. Infrastruktur, yang terdiri dari : sistem instalasi air bersih, sistem pembuangan air limbah, jalur gas, sistem listrik dan telekomunikasi, sistem drainase. Fasilitas lainnya yang mencakup jalan raya, pelabuhan udara, kereta api, jalan, tempat parkir, taman, lampu jalan, pelabuhan laut, stasiun bis dan kereta api, hotel, motel, restoran, pusat perbelanjaan, museum, tempat hiburan, pertokoan.
- c. Transportasi yang terdiri dari pesawat terbang, kapal laut, kereta api, bis, taksi, trem.
- d. Sumber daya kebudayaan dan keramahtamahan.

Menurut Salah Wahab (1976:109) penawaran pariwisata ditandai oleh 3 ciri khas utama :

1. Merupakan penawaran jasa-jasa. Dengan demikian apa yang ditawarkan itu tidak mungkin ditimbun dan harus dimanfaatkan dimana produk itu berada.
2. Yang ditawarkan itu sifatnya kaku(*rigid*) dalam arti bahwa dalam usaha pengadaannya untuk keperluan wisata, sulit sekali untuk mengubah sasaran penggunaannya diluar pariwisata.

3. Karena pariwisata belum menjadi kebutuhan pokok manusia, maka penawaran pariwisata harus bersaing ketat dengan penawaran barang-barang dan jasa-jasa yang lain. Dalam hal ini hukum substitusi sangat kuat berlaku.

Menurut Pearce (1989:78) elemen penawaran wisata dapat dikelompokkan ke dalam :

- a. Atraksi, yang terdiri dari: alam (pemandangan, flora dan fauna, iklim, cagar alam); buatan manusia (tempat ibadah, monumen, bangunan peninggalan bersejarah, museum); budaya (musik, bahasa, nyanyian rakyat, tarian, upacara adat, perayaan tradisional).
- b. Akomodasi yang terdiri dari : hotel, motel.
- c. Fasilitas pendukung, yang terdiri dari: pelayanan pendukung (pusat perbelanjaan, toko suvenir); fasilitas lainnya (apotik, restoran, bank, rumah sakit).
- d. Prasarana, yang terdiri dari: prasarana transportasi (jalan, pelabuhan, stasiun kereta api, pelabuhan udara); utilitas (listriksaluran pembuangan air kotor, air bersih)
- e. Transportasi, yang terdiri dari: rute angkutan, moda angkutan

Secara lebih spesifik dan operasional dikemukakan oleh Gunn (1994:77), yang mengelompokkan aspek penawaran wisata ke dalam: atraksi wisata, transportasi wisata, jasa wisata, dan informasi serta promosi wisata.

### **2.6.1 Atraksi wisata**

Menurut Hadinoto. (1996:18) atraksi wisata adalah atraksi yang telah diidentifikasi dalam suatu penelitian dan telah dikembangkan menjadi atraksi wisata berkualitas dan memiliki keterjangkauan baik. Selanjutnya menurut Gunn (1988:107) atraksi yang berada di daerah tujuan wisata tidak hanya disediakan bagi wisatawan untuk melihat, menikmatinya dan dapat terlibat didalamnya, tetapi juga menawarkan daya tarik tersendiri bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan wisatanya. Atraksi wisata yang baik akan dapat mendatangkan wisatawan sebanyak-banyaknya, menahan wisatawan di tempat atraksi dalam waktu yang cukup lama dan memberikan kepuasan kepada wisatawan yang datang berkunjung.

Menurut Soekadijo (1997: 97) untuk mencapai hasil seperti itu, beberapa syarat harus dipenuhi yaitu: 1) Kegiatan (*act*) dan obyek (*artifact*) yang merupakan atraksi itu sendiri harus dalam keadaan baik; 2) Atraksi wisata harus disajikan dihadapan wisatawan, maka penyajiannya harus tepat; 3) Atraksi wisata merupakan terminal dari suatu sistem pariwisata, oleh karena itu terintegrasi dengan akomodasi, transportasi, dan promosi serta pemasaran; 4) Keadaan ditempat atraksi harus dapat menahan wisatawan cukup lama; 5) Kesan yang diperoleh wisatawan waktu menyaksikan atraksi harus diusahakan supaya bertahan selama mungkin.

Atraksi wisata selain menarik dan baik juga harus memiliki cirri khas atau berbeda dari tempat asal wisatawan, mengingat wisatawan berkunjung ke suatu tempat tujuan wisata ingin melihat sesuatu yang belum pernah dia ketahui atau yang tidak ada di tempat asalnya. Pada dasarnya wisatawan ingin mendapat

pengalaman atau pengetahuan baru dari perjalanannya. Cara lain untuk menahan wisatawan supaya tinggal lebih lama dalam satu obyek maupun atraksi wisata adalah dengan memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk menghayati atau mencoba melakukan pekerjaan yang peristiwanya telah mereka saksikan.

Cara lain untuk membuat atraksi wisata yang baik adalah melalui pelestarian kesan. Semakin lama seorang wisatawan menikmati suatu obyek wisata akan semakin baik; oleh karena itu perlu diusahakan agar kesan yang diperoleh wisatawan dari obyek wisata itu dapat bertahan selama mungkin. Apabila wisatawan tersebut telah kembali ke tempat asalnya, kesan itu hendaknya tetap dapat bertahan, sehingga dalam angan-angan dapat merasakan lagi pesona obyek ataupun atraksi wisata yang pernah ia saksikan. Cara pelestarian kesan tersebut menurut Soekadijo (1997:73) yaitu mengikatkan kesan itu pada obyek yang tidak cepat rusak dan dapat dibawa pulang, sehingga setiap kali ia (wisatawan) melihat benda itu, ia akan teringat kembali kepada apa yang pernah disaksikannya.

Berdasarkan uraian tentang obyek dan atraksi wisata tersebut di atas, kedua komponen tersebut merupakan komponen penting dalam kegiatan pariwisata, tanpa keduanya pariwisata tidak akan terjadi.

Atraksi wisata merupakan faktor yang paling menentukan yang akan menarik wisatawan. Atraksi merupakan penyebab pertumbuhan. Atraksi merupakan yang pertama kali menarik pengunjung ke suatu objek wisata, sehingga pembangunannya cenderung dikembangkan terlebih dahulu.

Atraksi wisata dikembangkan, direncanakan dan dikelola untuk kepentingan aktivitas dan kesenangan pengunjung. Menurut Gunn (1994:89), atraksi mempunyai dua fungsi utama; *Pertama*: atraksi memberikan daya tarik (*entice*), memikat (*lure*) dan merangsang (*stimulate*) keinginan untuk mengadakan perjalanan. Wisatawan di daerah asalnya akan mempelajari tentang atraksi dari suatu tujuan wisata, sehingga pada akhirnya membuat keputusan pada yang paling menarik; *Kedua*: atraksi memberikan kepuasan kepada pengunjung, sebagai imbalan dari perjalanan.

Dalam pengembangan atraksi wisata yang baik, maka menurut Soekadidjo (1997:97) perlu diperhatikan hal-hal berikut:

- a. Kegiatan dan obyek yang merupakan atraksi itu sendiri harus dalam keadaan baik.
- b. Karena atraksi wisata itu harus disajikan dihadapan wisatawan, maka cara penyajiannya harus tepat dengan mengatur perspektif ruang, perspektif waktu dan perspektif sosial budaya.
- c. Keadaan di tempat atraksi harus dapat menahan wisatawan cukup lama. Dengan asumsi bahwa akan semakin besar keuntungan yang diharapkan dari kehadiran mereka.
- d. Kesan yang diperoleh wisatawan waktu menyaksikan atraksi wisata harus diupayakan bertahan selama mungkin. Caranya dengan meningkatkan kesan itu pada obyek yang tidak cepat rusak dan dapat dibawa pulang.

## 2.6.2 Sarana wisata

Dalam aktifitas wisata, wisatawan tidak hanya memerlukan atraksi saja, melainkan juga diperlukan berbagai jasa yang terkait dengan kebutuhan wisatawan selama di obyek wisata. Sarana wisata merupakan gabungan dari berbagai aktivitas yang berkaitan dengan upaya untuk memberikan kepuasan kepada wisatawan.

Pelayanan akomodasi yang diperlukan dalam pariwisata berupa penyediaan berbagai sarana akomodasi seperti hotel, motel, cottage, penginapan, pondok wisata, vila dan lain sebagainya. Pelayanan akomodasi ini mencakup antara lain: kamar tidur, kamar mandi/toilet, tempat makan, (restoran, cafe, bar, dsb). Termasuk pula dalam jasa akomodasi ini : tempat pertemuan, kolam renang, dan lain sebagainya. Jasa wisata juga mencakup ketersediaan berbagai restoran, rumah makan, warung yang menyediakan kebutuhan makan wisatawan.

Wisatawan mengunjungi obyek wisata diharapkan dapat membelanjakan uang dalam memenuhi barang selama kebutuhan selama di obyek wisata sekaligus untuk souvenir, sehingga pelayanan wisata yang berikut sangat diperlukan, seperti : pusat pertokoan, pusat souvenir, kios, pasar, bank, *money changer*, pemandu wisata dan jenis pelayanan lainnya yang berkaitan secara langsung dengan aktifitas kepariwisataan.

Pelayanan lain yang juga mendukung dalam aktivitas kepariwisataan meskipun fasilitas pelayanan tersebut tidak secara khusus diperuntukkan bagi wisatawan, antara lain dalam bentuk penyediaan berbagai fasilitas pelayanan sosial/publik, seperti: pos polisi, jaringan telepon, jaringan air bersih, pusat

kesehatan (*healthy center*), jaringan listrik, jaringan pembuangan air kotor, televisi, radio, dan lain sebagainya.

### **2.6.3 Aksesibilitas**

Aksesibilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk dapat berkunjung pada suatu tempat. Komponen-komponen yang perlu diperhatikan dari aksesibilitas adalah transportasi, infrastruktur, peraturan pemerintah dan prosedur operasional.

Obyek wisata merupakan akhir perjalanan wisata dan harus memenuhi syarat aksesibilitas, artinya obyek wisata harus mudah dicapai dan mudah untuk ditemukan. Oleh karena itu harus selalu ada jalan menuju ke obyek wisata. Jalan itu merupakan jalan akses ke obyek dan harus berhubungan dengan jalan prasarana umum. Kondisi jalan umum dan jalan akses menentukan aksesibilitas sesuatu obyek wisata. Disamping itu harus didukung dengan kemudahan dalam prosedur operasional dan kelengkapan infrastruktur, seperti jaringan listrik, telepon dan air. Aksesibilitas ini merupakan syarat yang penting sekali untuk obyek wisata.

Aksesibilitas yang mudah dengan transportasi yang mendukung akan sangat membantu wisatawan untuk melakukan perjalanan. Perjalanan wisata dapat berlangsung dengan baik apabila tersedia sarana dan prasarana transportasi yang memadai, sehingga wisatawan dapat menjangkau tempat-tempat yang ingin dikunjungi. Dengan semakin meningkatnya kualitas jaringan transportasi maka diharapkan semakin meningkat pula kunjungan dan perjalanan wisata di kawasan tersebut.

Sarana dan prasarana transportasi ini mencakup perjalanan dari daerah asal ke kota di sekitar tujuan wisata, dari kota ke obyek wisata, dan transportasi di sekitar dan didalam obyek wisata. Sarana transportasi untuk wisatawan mencakup pesawat terbang, kapal laut, mobil, bus, taksi, *cable car*, kereta kuda, sepeda motor, sepeda dan sebagainya. Sedangkan pengembangan prasarana transportasi untuk wisatawan antara lain mencakup: pembangunan jalan, lampu penerangan jalan, *pedestrian*, pompa bensin, pos polisi, bengkel, dan sebagainya. Kemudahan dalam akses transportasi tidak hanya menyangkut jarak tempuh, melainkan juga waktu tempuh bagi wisatawan sehingga terdapat waktu yang leluasa bagi wisatawan untuk menikmati atraksi di tempat tujuan wisata.

Selengkapnya dikemukakan oleh Spillane (1987:93) mengenai fasilitas transportasi yang digunakan dalam kegiatan wisata, yaitu:

- a. Angkutan udara, meliputi:
  - 1). Fasilitas-fasilitas yang ada, yang mencakup bermacam-macam ciri khas pelabuhan udara.
  - 2). Penggunaan pelabuhan udara.
  - 3). Kualitas pelayanan dim pelabuhan dan di dalam kapal terbang.
  - 4). Masalah-masalah dan potensi khusus untuk perbaikan fasilitas-fasilitas dan pelayanan-pelayanan angkutan udara.
- b. Angkutan jalan raya, meliputi :
  - 1). Ciri khas jalan-jalan yang ada, termasuk lokasi yang berhubungan dengan akomodasi wisatawan, kapasitas lalu lintas kecepatan yang dapat ditempuh dalam perjalanan, koordinasi jalan dan pemeliharanya.

- 2). Volume lalu lintas dan peraturan-peraturan lalu lintas serta keamanan.
  - 3). Potensi pembangunan dimasa depan, termasuk rencana-rencana perbaikan, pembangunan jalan-jalan baru dan kapasitas jalan.
  - 4). Kualitas pelayanan perusahaan pengangkutan pemerintah, swasta, termasuk bus, taxi, persewaan kendaraan, truk barang muatan, dan lain-lain.
  - 5). Jalan kereta api.
  - 6). Angkutan dalam kota.
- c. Angkutan di air/laut, meliputi:
- 1). Letak dan ciri khas pelabuhan, fasilitas dok dan fasilitas lain yang berhubungan dengan pantai, termasuk jumlah ruang kapal, kedalaman jalur-jalur air dan pelayanan-pelayanan pelabuhan yang ada.
  - 2). Jalan masuk ke pelabuhan dan dok-dok.
  - 3). Dapat dilayarnya jalur-jalur pelabuhan jalur lalu lintas kapal.
  - 4). Jumlah dan jenis kapal-kapal yang ada dan kapasitas/daya muat penumpang dan barang-barang muatan dari kapal besar, kecil atau carteran.
  - 5). Jaringan jalur dan jadwal kapal yang ada.
  - 6). Rencana-rencana yang ada untuk perbaikan fasilitas-fasilitas dan pelayanan-pelayanan angkutan di air/laut.

#### **2.6.4 Informasi-Promosi wisata**

Pemberian informasi kepada wisatawan sangat penting dilakukan, karena dapat memberikan gambaran yang menyeluruh kepada wisatawan dan calon wisatawan mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan kegiatan kepariwisataan yang ada di suatu tempat. Bentuk informasi ini dapat berupa peta, buku petunjuk, video, artikel majalah, narasi dari *tour guide*, brosur dan sebagainya.

Ada beberapa informasi yang dapat diberikan kepada calon wisatawan untuk dapat dijadikan pedoman dan bekal, sehingga perjalanan wisata menjadi menyenangkan, beberapa diantaranya menurut Gunn (1994:87) adalah:

- a. Kondisi iklim, untuk mempersiapkan pakaian yang diperlukan.
- b. Persiapan fisik, untuk mengantisipasi adanya kekerasan dalam perjalanan.
- c. Adat istiadat, untuk mengatasi masalah bahasa dan sikap dengan masyarakat lokal.
- d. Kontak sosial, untuk mengetahui hal-hal yang tabu dalam masyarakat.
- e. Privacy masyarakat lokal, untuk menghindari dari pelanggaran aturan dan hukum.
- f. Makanan, untuk mengantisipasi adanya perbedaan budaya dalam hal makanan.
- g. Etiket, untuk mengantisipasi perangai pelaku.
- h. Kepercayaan, agama, untuk menghindari adanya konflik.
- i. Sejarah, untuk memahami latar belakang kehidupan masyarakat.
- j. Politik, untuk menghindari adanya konflik.
- k. Komunikasi, dipergunakan untuk mendekati penduduk setempat.

- l. Fasilitas dan pelayanan, adanya standart yang berbeda dalam penyediaan fasilitas dan pelayanan.
- m. Kesehatan, menghindarkan adanya permasalahan kesehatan.

Mengingat aktivitas kepariwisataan berkaitan dengan kunjungan wisatawan, maka untuk dapat menarik wisatawan diperlukan promosi wisata, melalui berbagai cara dan kesempatan. Pasar wisata tidak selalu bersifat homogen, sehingga promosi wisata harus menyesuaikan antara penawaran yang ada dengan wisatawan yang diharapkan mengunjungi suatu kawasan wisata. Promosi agar dapat berdaya guna hendaknya mampu menerobos selera dan keinginan orang-orang, menciptakan citra yang mampu mempengaruhi sejumlah orang yang ingin mewujudkan dirinya sendiri melalui citra tersebut. Menurut Wahab (1996:78) promosi harus mampu untuk mengkomunikasikan misinya melalui saluran yang sangat berpengaruh dan media yang sangat efektif. Promosi dilakukan tidak hanya dengan memberikan berbagai informasi, melainkan juga bagaimana untuk menarik masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata. Sedangkan cara yang dilakukan dalam promosi biasanya dengan perantaraan beberapa media, seperti: surat kabar, bioskop, radio, TV, pengiriman surat kepada calon wisatawan atau wisatawan potensial. Selain itu promosi dapat pula dilakukan dengan mengadakan atau ikut dalam pameran pariwisata. Kegiatan promosi wisata itu pada dasarnya dimaksudkan untuk mempengaruhi calon wisatawan untuk berkunjung ke suatu tujuan wisata.

Menurut Soekadijo (2000:252) agar promosi pariwisata dapat berhasil, maka dalam kegiatan-kegiatannya harus didasarkan atas:

- Suatu kebijaksanaan umum tentang pemasaran
- Strategi pemasaran yang mantap
- Pilihan taktik pemasaran yang tepat, dan
- Pilihan sarana komunikasi yang sesuai.

Keberhasilan promosi akan terlihat dari: a) semakin besarnya arus kedatangan wisatawan; b) semakin lamanya wisatawan tinggal di daerah yang dipromosikan; c) makin besarnya pengeluaran wisatawan, dan d) makin besarnya kecenderungan wisatawan untuk berkunjung ke daerah pariwisata yang sama.

## **2.7 Permintaan Wisata**

Menurut ilmu ekonomi permintaan merupakan sejumlah barang dan jasa yang ingin dibeli oleh pelanggan dan mampu untuk membeli dengan harga tertentu pada waktu tertentu. Kemudian terdapat hubungan yang tetap antara harga pasar dengan jumlah permintaan. (McIntoch/Goeldner/Richie, 1996:97). Menurut Wahab (1996:133) permintaan erat kaitannya dengan harga-harga pasar merupakan faktor yang paling menentukan, namun pariwisata hubungan fungsional yang terjadi pada permintaan tidaklah sesederhana itu. Banyak faktor yang turut mempengaruhi pelanggan (wisatawan) untuk melakukan perjalanan ke suatu daerah tujuan wisata tertentu atau menunda. Faktor-faktor itu tampak begitu rumit.

Permintaan wisata pada dasarnya merupakan orang-orang yang ingin melakukan perjalanan wisata. Menurut Mathieson dan Wall (1982:57) permintaan wisata terdiri dari tiga jenis yaitu:

- a. Permintaan efektif atau permintaan aktual wisatawan yang sedang menikmati fasilitas pariwisata misalnya orang-orang yang sedang melakukan perjalanan
- b. Permintaan tertahan (*suppressed demand*) merupakan seluruh atau sebagian masyarakat yang tidak melakukan perjalanan karena alasan tertentu. Dua alasan yang membentuk permintaan tertahan yaitu: pertama; permintaan potensial, mereka yang ingin bepergian tetapi tidak dilakukan karena belum mempunyai daya beli saat itu. Jika seandainya nanti memperoleh kenaikan pendapatan maka permintaan potensial ini akan berubah menjadi permintaan efektif. Kedua; permintaan tertunda, dimana golongan ini mampu membayar, tetapi karena alasan tertentu menunda perjalanan. Jika alasan menunda tidak ada, maka permintaan tertunda ini akan menjadi permintaan efektif.
- c. Tidak ada permintaan. Mereka yang termasuk kategori ini adalah mereka yang tidak ada dan tidak mau mengadakan perjalanan (*no demand*)

Berdasar pemikiran tersebut, maka pengembangan pariwisata diharapkan menjadikan orang yang semula hanya ingin berwisata menjadi secara nyata melakukan perjalanan wisata, sedangkan orang yang sedang/ sudah melakukan perjalanan wisata juga diharapkan untuk mengadakan perjalanan lagi pada kesempatan yang akan datang.

### 2.7.1 Wisatawan

WTO (*World Tourism Organization*) dalam Spillane (1987:37) membedakan wisatawan ke dalam:

- a. Wisatawan Domestik, penduduk yang melakukan perjalanan wisata dalam satu negara selama kurang dari satu tahun untuk tujuan apapun, terdiri atas:
  - 1). Pelancong domestik (*tourist*), yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan selama lebih dari 24 jam dan tidak lebih dari 1 tahun untuk tujuan hiburan/kesenangan, rekreasi, liburan, olah raga, bisnis, mengunjungi teman dan relasi, misi, pertemuan, konferensi, kesehatan, pendidikan dan agama.
  - 2). Pesiari domestik (*excursionist*), yaitu wisatawan yang mengunjungi suatu tempat selama kurang dari 24 jam.
- b. Wisatawan Internasional/mancanegara: penduduk suatu negara yang melakukan perjalanan wisata ke negara lain.

Sedangkan konferensi PBB tentang Perjalanan dan Pariwisata Internasional di Roma tahun 1963 dalam Spillane (1987:43) menyatakan bahwa wisatawan adalah mereka yang melakukan perjalanan lebih dari 24 jam, dengan tujuan:

- a. Pesiari (*leisure*), yaitu keperluan liburan, kesehatan, studi, agama/ziarah dan olah raga.
- b. Hubungan dagang (*business*), kunjungan keluarga/handai taulan, konferensi, misi.

Ada beberapa kriteria yang dapat digunakan untuk menyebut seseorang yang mengadakan suatu perjalanan sebagai wisatawan, yaitu:

- Mereka yang mengadakan perjalanan untuk kesenangan karena alasan keluarga, kesehatan dan sebagainya.
- Mereka yang mengadakan perjalanan untuk keperluan pertemuan-pertemuan atau karena tugas-tugas tertentu ilmu pengetahuan, tugas pemerintahan, diplomasi, agama, olah raga, dan sebagainya.
- Mereka yang mengadakan perjalanan dengan tujuan usaha.
- Mereka yang datang dalam rangka perjalanan dengan kapal laut walaupun tinggal di suatu negara kurang dari 24 jam.

Sedangkan yang bukan disebut sebagai wisatawan adalah:

- Mereka yang datang baik dengan maupun tanpa kontrak kerja dengan tujuan mencari pekerjaan atau mengadakan kegiatan usaha di suatu negara.
- Mereka yang datang untuk mengusahakan tempat tinggal tetap di suatu negara.
- Penduduk di daerah tapal batas negara dan mereka yang bertempat tinggal di suatu negara dan bekerja di negara yang berdekatan.
- Pelajar, mahasiswa dan orang-orang muda di asrama pelajar dan asrama mahasiswa.
- Wisatawan-wisatawan yang melewati suatu negara tanpa tinggal, walaupun perjalanan tersebut berlangsung lebih dari 24 jam (Spillane, 1987:47).

### 2.7.2 Karakteristik Permintaan Wisata

Menurut Wahab (1996:140), permintaan wisata ditandai dengan ciri-ciri sebagai berikut:

- a. Kekenyalan (*elasticity*), seberapa jauh tingkat kelenturannya terhadap perubahan-perubahan struktur harga atau perubahan macam-macam keadaan ekonomi di pasaran
- b. Kepekaan (*sensitivity*) terhadap keadaan sosial politik dan terhadap perubahan mode perjalanan.
- c. Perluasan (*expansion*) yaitu adanya peningkatan arus wisatawan meskipun ada goncangan. Hal ini disebabkan adanya kemajuan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi, berkembangnya media informasi, pengaruh ekonomi di negara sumber wisatawan, keadaan di negara sumber wisatawan yang mendorong mengadakan perjalanan wisata.
- d. Musim (*seasonality*) yaitu padat sengganya kunjungan wisatawan. Hal ini berkaitan dengan hal-hal sebagai berikut: musim alam di negara asal, faktor kelembagaan (libur sekolah, tutupnya pabrik pada bulan tertentu).

Jumlah permintaan perjalanan wisata ke tujuan wisata secara khusus merupakan hal penting bagi siapapun yang berkecimpung dalam dunia pariwisata. Data permintaan yang sangat penting adalah 1) jumlah kedatangan wisatawan, 2) moda transportasi apa yang digunakan, 3) berapa lama tinggal dan jenis akomodasi apa yang dipilih oleh wisatawan, 4) berapa jumlah uang yang dibelanjakan.

### **2.7.3. Motivasi Wisatawan**

Wisatawan datang ke suatu tempat sangat ditentukan oleh motivasi dan keinginannya. Menurut Karyono (1997:48), ada beberapa faktor pendorong seseorang melakukan perjalanan wisata, yaitu : faktor-faktor bersifat irasional (dorongan bawah sadar) dan faktor-faktor yang bersifat rasional (dorongan yang disadari).

Sebagian besar untuk mengadakan wisata didasarkan pada alasan yang rasional (berdasarkan dorongan yang disadari sepenuhnya), seperti karena adanya fasilitas yang memadai, atraksi wisata yang menarik untuk dikunjungi. Namun banyak pula orang yang mengadakan perjalanan wisata dengan alasan yang irrasional (berdasarkan dorongan bawah sadar), seperti adanya keterikatan emosional dan keinginan untuk berkunjung pada tempat-tempat yang dianggap berkaitan dengan urusan keagamaan. Kunjungan ke makam-makam para sunan/penyiar agama, rasul/nabi, tempat yang dikeramatkan menurut ajaran agama, sering dilakukan untuk kalangan pemeluk tertentu. Kunjungan ini sering tidak dimengerti oleh kalangan yang tidak memahami tata nilai yang dianut oleh masyarakat yang bersangkutan.

Motivasi wisatawan untuk berkunjung di suatu tempat akan sangat dipengaruhi oleh persepsinya mengenai produk wisata yang ada, baik yang berkaitan dengan atraksi wisata maupun faktor pendukungnya. Persepsi wisatawan mengenai suatu produk wisata dapat dilihat keterpenuhan kebutuhan wisatawan selama melakukan perjalanan wisata.

Menurut Mc Intosh, motif wisata dapat dikelompokkan sebagai berikut :

- a. Motif fisik (*Physical Motivations*)  
Motif ini banyak berhubungan dengan hasrat untuk mengembalikan kondisi fisik seperti olah raga, istirahat, pemeliharaan kesehatan agar gairah kerja timbul kembali.
- b. Motif Budaya, motif tersebut lebih memperhatikan motif wisatawan bukan atraksinya. Hal tersebut terlihat dari motif wisatawan yang datang ke tempat wisata lebih memilih untuk mempelajari, sekedar mengenal, atau memahami tata cara dan kebudayaan bangsa atau daerah lain daripada menikmati atraksi yang dapat berupa pemandangan alam atau flora dan fauna.
- c. Motif Interpersonal, merupakan motif yang berhubungan dengan keinginan untuk bertemu dengan keluarga, teman, tetangga, berkenalan dengan orang-orang tertentu atau sekedar melihat tokoh-tokoh terkenal.
- d. Motif Status atau *Prestise*, merupakan motif yang berhubungan dengan gengsi atau status seseorang. Maksudnya ada suatu anggapan bahwa orang yang pernah mengunjungi suatu tempat tertentu dengan sendirinya melebihi sesamanya yang tidak pernah berkunjung ke tempat tersebut.

Untuk mengetahui permintaan wisata maka perlu dikaitkan antara wisatawan dengan kebutuhan-kebutuhan selama di daerah wisata. Suwantoro (1997:79) menyebutkan adanya beberapa kebutuhan yang harus dipenuhi oleh wisatawan selama mengadakan perjalanan di daerah wisata, yaitu :

- a. Kebutuhan akan alat angkutan, bis, kereta api.
- b. Kebutuhan akan penginapan, hotel atau penginapan.

- c. Kebutuhan akan makan dan minum, restoran, rumah makan
- d. Kebutuhan akan hiburan dan kegiatan rekreasi
- e. Kebutuhan akan pelayanan selama perjalanan, seperti pemandu wisata
- f. Kebutuhan akan barang-barang khas buatan masyarakat daerah setempat
- g. Kebutuhan akan barang konsumsi keperluan pribadi melalui pusat perbelanjaan.

Menurut Pearce (1989:37), permintaan wisata yang efektif dapat diukur dengan jumlah wisatawan, yaitu jumlah wisatawan yang meninggalkan atau mengunjungi suatu negara, kawasan atau kota, menggunakan moda transportasi tertentu, melakukan aktifitas wisata tertentu atau sejumlah aktifitas lainnya seperti bermalam pada jenis akomodasi tertentu atau mengunjungi taman nasional. Dengan demikian kebutuhan wisatawan tersebut meliputi, antara lain : atraksi wisata dan aktifitas wisata, jasa wisata, transportasi, dan informasi wisata.

Selanjutnya mengenai pengambilan keputusan wisatawan untuk berangkat berwisata, menurut Fandelli (1995:58), akan melalui beberapa tahapan berikut:

- a. Keinginan berwisata, faktor ini berkaitan dengan alasan berwisata
- b. Evaluasi terhadap banyaknya informasi yang terkumpul yang mendorong wisatawan untuk menghubungi biro-biro perjalanan atau travel agent untuk memperoleh dan mempelajari brosur-brosur yang tersedia tentang daerah tujuan wisata. Informasi ini biasanya dikonfirmasi kepada keluarga atau temannya untuk mengatur ketersediaan waktu dan dana.
- c. Keputusan berwisata. Hal ini menyangkut macam dan jenis perjalanan yang akan digunakan, akomodasi dan aktifitas wisata yang akan dipilih.

- d. Persiapan untuk melakukan perjalanan
- e. Melakukan kegiatan wisata.

## **2.8. Pengelolaan Pariwisata**

Pengelolaan suatu obyek wisata harus dilakukan dengan profesional, apalagi Indonesia mengedepankan sektor pariwisata sebagai andalan dan dinilai sebagai sektor yang paling siap membantu proses pemulihan krisis ekonomi nasional. Namun kenyataannya tidak sedikit pengelolaan obyek wisata yang terkesan dan terasa kurang profesional. Untuk tolok ukur lahiriah saja bisa dilihat dengan penataan kawasan, koordinasi pungutan, penanganan masalah kebersihan dan obyek pendukungnya. Beberapa alasan dimunculkan bila masalah profesionalisme ini dipertanyakan, diantaranya alasan keterbatasan dana. Uang masuk dan tiket habis untuk menggaji karyawan dan tidak ada atau kalau pun ada cuma sekadarnya yang bisa dialokasikan untuk pemeliharaan sarana obyek. Apalagi untuk mengembangkannya (Sugiantoro, 2000:39).

Dunia pariwisata merupakan satu industri yang kompleks, maka organisasi-organisasi pariwisata nasional harus ditata, diorganisasi dan dijalankan menurut konsep-konsep manajemen dan pemasaran ilmiah modern sehingga diharapkan pertumbuhan pariwisata akan meningkat.

Menurut James A.F. Stoner, manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan atas kegiatan anggota organisasi dan penggunaan sumber-sumber daya guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. (Anwari, 1983:4)

Menurut Salah Wahab (2003:145), manajemen itu meliputi lima unsur pokok, baik dalam pemikiran dasarnya maupun dalam penerapannya, yaitu :

1. Pengorganisasian;
2. Perencanaan
3. Motivasi
4. Penempatan personal dan penggerakannya
5. Koordinasi dan pengawasan

Berbagai fungsi manajemen itu dapat diterapkan pada setiap sektor yang dapat dikaji dan setiap jenis usaha dalam bidang perindustrian, pertanian, jasa-jasa atau pariwisata. Ketiga alat manajemen adalah keuangan, produksi dan pemasaran.

Dalam industri pariwisata, pemasaran sebagai salah satu alat manajemen memegang peranan yang penting karena akan membantu organisasi maupun badan usaha pariwisata untuk menetapkan suatu sistem komunikasi yang efektif dan konsisten dengan para wisatawan yang real maupun potensial dan berusaha mengetahui keinginan, kebutuhan, motivasi, kesukaan dan hal-hal yang tidak disukai supaya mampu memenuhi persyaratan-persyaratan wisata sebaik-baiknya. Lebih lanjut dijelaskan oleh Salah Wahab (2003:148) konsep pemasaran dalam sistem pariwisata mempunyai 4 fungsi, yaitu:

1. Pembatasan pengertian pasaran, baik yang real maupun yang potensial dan suatu studi yang mendalam mengenai susunan pasaran dan kekuatan-kekuatan yang mempengaruhinya.

2. Komunikasi, untuk memikat permintaan dengan cara menyakinkan wisatawan bahwa daerah tujuan wisata yang tersedia dengan daya tarik, fasilitas dan jasa-jasanya akan memenuhi selera mereka lebih besar dari daerah tujuan wisata lain dan karena itu patutlah didahulukan dari suatu produksi pengganti lainnya.
3. Umpan balik, mengenai produksi membantu mengembangkan dan memperbaikinya untuk memenuhi permintaan yang telah diproyeksikan dan dianalisis.
4. Pengawasan hasilnya, untuk menilai, menghitung dan mengukur hasil-hasil dan pendapatan yang diperoleh. Sistem pengawasan demikian itu harus mencapai sasaran dayaguna sumber-sumber wisata dan meningkatkan hasil penjualan.

Dalam lingkup yang lebih luas, pengelolaan sebuah obyek pariwisata tidak lepas dari peran serta pemerintah seperti yang telah diamanatkan dalam UU No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan. Peran pemerintah merupakan hal pokok dalam usaha pengembangan pariwisata yang dapat dikelompokkan menjadi beberapa peran sebagai berikut:

1. Koordinator, mengkoordinasi antar instansi yang terkait dalam hal pengembangan pariwisata menyangkut permasalahan yang kompleks.
2. Perencana, hal ini sesuai dengan kedudukannya sebagai pemegang kekuasaan.
3. Legislator dan regulator, dalam perencanaan pariwisata diperlukan peraturan-peraturan yang legalitasnya jelas.

4. Pengusaha, pemerintah bisa berperan sebagai pengusaha pada perusahaan-perusahaan negara dan menjalankan sendiri usaha wisata.
5. Stimulator, merangsang dan meningkatkan peran pihak lain untuk ikut serta dalam usaha pengembangan pariwisata.

Dalam mengelola industri pariwisata, kota Yogyakarta bisa dianggap cukup berhasil dan dikenal sebagai daerah tujuan wisata kedua di Indonesia setelah Bali. Di kota ini banyak dijumpai berbagai obyek wisata alam dan juga budaya, misalnya candi Prambanan, Pantai Parangtritis, Malioboro, tempat kerajinan perak Kota Gedhe dan juga Keraton Yogyakarta.

Dengan motto "*Never Ending Asia*" tingkat pariwisata di kota ini boleh dibilang cukup maju dan berkembang dengan baik. Hal ini tidak lepas dari pengelolaan dan kerja sama yang diterapkan selama ini. Dalam mengembangkan kepariwisataan di Yogyakarta memakai konsep *Region State* yaitu menjalin kerjasama dengan seluruh kabupaten yang ada di Propinsi Yogyakarta dengan titik simpulnya di Kota Yogyakarta.

Mengacu pada konsep *region state*, maka dari produk-produk pariwisata yang ada, Keraton Yogyakarta bisa dijadikan sebagai daya tarik utamanya dalam wisata budaya. Maka diperlukan kerjasama dengan seluruh obyek wisata yang ada dengan menyatukan anggarannya untuk mendukung kawasan wisata budaya keraton ini. Selanjutnya, dibuat paket wisata dengan tujuan utama Keraton Yogyakarta, baru kemudian ditarik ke kunjungan wisata yang ada di propinsi ini, misalnya wisata alam pantai Parangtritis, pantai Baron, wisata budaya Prambanan, kerajinan perak di Kota Gedhe dan sebagainya.

Selain itu untuk menjaga dan melindungi bangunan bersejarah dan purbakala yang ada di kota ini, pemerintah propinsi menetapkan kawasan cagar budaya dengan menerbitkan dan menegakkan peraturan daerah sehingga dapat melindungi kawasan cagar budaya dan obyek wisata dari proyek pembangunan publik maupun incaran berbagai pihak untuk kepentingan pembangunan kota.

Kemajuan dunia pariwisata di kota ini juga didukung dengan pengoptimalan bandara Adi Sucipto, ada 41 kali penerbangan setiap harinya untuk jalur domestik dengan tujuan berbagai kota di Indonesia dan 2 rute penerbangan internasional tujuan Kuala Lumpur dan Singapura.

Dalam hal pengelolaan dan perlindungan terhadap bangunan bersejarah, kita juga perlu belajar dari kota-kota di Amerika dan juga Inggris, saat ini perlindungan terhadap bangunan bersejarah merupakan bagian utama dari perencanaan perkotaan, dan tidak lagi sebagai unsur pelengkap dalam perencanaan perkotaan tetapi telah berubah sebagai bidang substantif dari teori dan praktek. Perlindungan terhadap bangunan bersejarah ini meliputi penggunaan kembali yang bersifat adaptif, rehabilitasi dan pembangunan kembali daerah-daerah yang kuno, biasanya terletak pada pusat daerah perkotaan. (Catanese, 1992)

Para pemilik gedung bangunan bersejarah yang mengabaikan atau membongkar atau bangunan bersejarah tertentu dapat dikenai denda atau dipenjarakan. Dan disana kebijakan hukum seperti ini sangat dihormati dan dijunjung tinggi.

Memang untuk menjaga dan memelihara suatu bangunan bersejarah diperlukan biaya yang tidak sedikit, untuk itu pembiayaan pemerintah untuk tindakan pemeliharaan di Amerika Serikat lebih sering dilakukan secara tidak langsung dalam bentuk kredit. Salah satu bentuk kredit adalah dimana biaya pemeliharaan dikurangi dari pajak pemerintah federal, negara bagian atau pemerintah daerah. Sedangkan bentuk lain adalah pengurangan pendapatan sebagai akibat tidak terjualnya bangunan dan tanah bersejarah.

## **2.9 Pengembangan Pariwisata**

Menurut J.S. Badudu dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, pengertian pengembangan adalah hal, cara, atau hasil kerja mengembangkan. Sedangkan mengembangkan berarti membuka, memajukan, menjadikan jadi maju dan bertambah baik.

Berdasarkan pengertian diatas penulis memberikan definisi pengembangan pariwisata adalah usaha ataupun cara-cara untuk memajukan bidang pariwisata.

Tujuan penyelenggaraan atau pengembangan pariwisata seperti tertuang dalam undang-undang No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan adalah bertujuan sebagai berikut:

1. Memperkenalkan, mendayagunakan, melestarikan dan meningkatkan mutu obyek wisata dan daya tarik wisata.
2. Memupuk rasa cinta tanah air dan meningkatkan persahabatan antar bangsa.
3. Memperluas dan meratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja.

4. Meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.
5. Mendorong pendayagunaan produksi nasional.

Pengembangan pariwisata pada suatu daerah sangat erat kaitannya dengan pembangunan perekonomian daerah tersebut, atau juga pengembangan pariwisata selalu diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi rakyat setempat. Menurut Yoeti (1997:34) pengembangan pariwisata perlu dilakukan dengan alasan-alasan sebagai berikut:

- a. Pengembangan pariwisata disebabkan dengan masalah ekonomi

Dengan dikembangkannya obyek wisata pada suatu daerah secara langsung dapat menciptakan lapangan kerja yang cukup bagi penduduk setempat. Penduduk setempat dapat bekerja sebagai tenaga kerja dan fasilitas pendukung yang akan muncul di daerah sekitarnya. Dan dengan adanya wisatawan yang datang secara tidak langsung akan timbul permintaan akan hasil kerajinan, perkebunan dan lain-lain dan uang yang dibelanjakan oleh wisatawan sangat besar pengaruhnya terhadap penerimaan keuangan daerah.

- b. Pengembangan pariwisata bersifat non ekonomis

Wisatawan yang datang akan melihat atraksi wisata yang ada seperti museum, bangunan kuno bersejarah. Dengan demikian akan timbul hasrat dan keinginan untuk memelihara aset wisata yang ada. Semuanya ini memerlukan biaya yang tidak sedikit untuk pemeliharaan dan perawatannya. Dengan pengembangan pariwisata diharapkan terjadi kemajuan pariwisata sebagai

suatu industri dan akhirnya dari hasil kegiatan kepariwisataan tadi diperoleh biaya untuk memelihara obyek wisata.

- c. Dengan adanya pengembangan pariwisata, diharapkan terjadi interaksi yang positif antara wisatawan yang datang dengan penduduk setempat. Perbedaan pendukung dan penafsiran serta salah pengertian akan dapat dihilangkan melalui kegiatan pariwisata.

Menurut Soekadijo (1996:10) tujuan pengembangan pariwisata diantaranya adalah untuk mendorong perkembangan beberapa sektor, antara lain :

1. Mengubah atau menciptakan usaha-usaha baru yang berkaitan dengan jasa-jasa wisata misalnya: usaha transportasi, akomodasi.
2. Memperluas pasar barang-barang lokal
3. Memberi dampak positif pada tenaga kerja, karena pariwisata dapat memperluas lapangan kerja baru.
4. Mempercepat sirkulasi ekonomi dalam usaha negara kunjungan dengan demikian akan memperbesar *multiplier effect*.

Pengembangan kawasan sebagai tujuan wisata menurut Kaiser Helbert, (1978:81) dalam tingkat perencanaan pariwisata daerah mencakup pembangunan fisik obyek dan atraksi wisata yang akan dijual, fasilitas akomodasi, restoran, pelayanan umum, angkutan wisata dan perencanaan promosi yang akan dilakukan. Sedangkan tahap-tahap selanjutnya akan banyak bergantung pada kondisi daerah tujuan wisata tersebut, bila ternyata meningkat atau banyak pengunjung, perlu dipikirkan pengembangan selanjutnya dengan sistem prioritas. Artinya pengembangan akan mendahulukan sesuai dengan permintaan pasar.

Pariwisata pada intinya adalah merupakan penawaran dan permintaan dari komponen-komponen pariwisata sedangkan pengembangan pariwisata adalah pengembangan atraksi wisata sebagai daya tarik utama. Keaslian dan kekhasan atraksi yang disuguhkan haruslah dipertahankan sehingga wisatawan merasa puas melihat dan menyaksikan hanya diobyek wisata tersebut. Oleh sebab itu obyek dan atraksi wisata haruslah memiliki *style* yang berbeda dari yang lain dan bisa memuaskan wisatawan.

Dalam kepariwisataan product style yang baik misalnya:

- Obyek itu sendiri haruslah menarik untk disaksikan maupun dipelajari.
- Mempunyai kekhasan dan berbeda dari obyek yang lain.
- Prasarana menuju ketempat tersebut terpelihara dengan baik.
- Tersedia fasilitas: *something to see, something to do, something to buy*.
- Kalau perlu dilengkapi dengan sarana akomodasi dan hal lain yang dianggap perlu.

Oleh karena itu diperlukan suatu seni untuk mengolah obyek wisata sedemikian rupa sehingga dengan adanya obyek wisata tersebut dengan segala fasilitas yang tersedia dapat menjadikan daerah tersebut menjadi daerah tujuan wisata yang menarik untuk dikunjungi.

Perkembangan pariwisata erat sekali dipengaruhi oleh perjalanan atau perkembangan pembangunan pada umumnya. Perkembangannya diikuti dengan dikembangkannya berbagai atraksi dan pada saat bersamaan juga daerah

pariwisata akan merespon perkembangannya dalam bentuk pelayanan dan fasilitas pariwisatanya. Daerah wisata akan menuju suatu siklus evolusi yang sama dengan siklus suatu produk. Made Sukarsa (2000:59).

Pengembangan pariwisata bisa juga dilakukan dengan pembinaan produk dan lingkungan wisata dan hal ini harus sejalan dengan citra yang hendak dibangun atau posisi yang hendak ditempati. Lingkungan wisata ini mencakup masyarakat dan alam, dimana suatu produk wisata berada. Sebab adat istiadat, kebiasaan, pola perilaku suatu masyarakat seringkali merupakan salah satu unsur kuat dalam pembentukan citra pariwisata. (Raka,1993:22)

### **2.9.1 Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan**

Tujuan pengembangan pariwisata berkelanjutan adalah :

- a. Mengembangkan pengertian dan kepedulian sehingga dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi lingkungan dan ekonomi
- b. Memperbaiki kualitas hidup masyarakat setempat
- c. Memberikan pengalaman yang baik bagi pengunjung
- d. Memelihara kualitas lingkungan.

(Inskeep, 1991:73)

Pembangunan pariwisata berkelanjutan diartikan sebagai proses pembangunan pariwisata yang tidak menyampingkan sumberdaya alam dan budaya, baik untuk saat ini maupun untuk masa yang akan datang. Pengembangan pariwisata berkelanjutan mengutamakan pertimbangan pengelolaan semua sumber daya seperti memenuhi kebutuhan ekonomi, sosial, budaya, proses ekologi dan sistem pendukung kehidupan. Sumber dari konsep berkelanjutan adalah daya

dukung suatu tempat atau kemampuan untuk mendukung suatu kebutuhan pariwisata tanpa menimbulkan kerusakan.

Menurut Mathieson dan Wall (1982:31) mengartikan daya dukung sebagai jumlah maksimum orang yang dapat memanfaatkan suatu tempat tanpa menimbulkan suatu perubahan yang tidak dapat diterima oleh lingkungan fisik dan tanpa terjadinya penurunan kualitas. Daya dukung diantaranya adalah daya dukung fisik yang berhubungan dengan jumlah lahan yang tersedia untuk fasilitas, termasuk fasilitas pendukung lainnya seperti akomodasi dan infrastruktur.

### **2.9.2 Konsep Konservasi dan Pembangunan Berwawasan Lingkungan**

Menurut Piagam Burra, konservasi adalah segenap proses pengelolaan suatu tempat agar makna kultural yang dikandungnya terpelihara dengan baik. Konservasi dapat meliputi seluruh kegiatan pemeliharaan dan sesuai dengan situasi dan kondisi setempat dapat pula mencakup kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- a. **Preservasi**, yaitu pelestarian suatu tempat persis seperti keadaan aslinya tanpa ada perubahan, termasuk upaya mencegah penghancuran.
- b. **Restorasi**, yaitu mengembalikan suatu tempat ke keadaan semula dengan menghilangkan tambahan-tambahan dan memasang komponen semula tanpa menggunakan bahan baru.
- c. **Rekonstruksi**, yaitu mengembalikan suatu tempat semirip mungkin dengan keadaan semula, dengan menggunakan bahan lama maupun baru.
- d. **Adaptasi atau Revitalisasi**, yaitu merubah tempat agar dapat digunakan untuk fungsi yang lebih sesuai. Yang dimaksud fungsi yang lebih sesuai adalah

kegunaan yang tidak menuntut perubahan drastis atau yang hanya memerlukan sedikit dampak minimal.

- e. Demolisi, yaitu penghancuran atau perombakan suatu bangunan yang sudah rusak atau membahayakan.

Konsep pembangunan berwawasan lingkungan (*ecologically sustainable Development*) adalah merupakan upaya interaksi atau mengintegrasikan pembangunan ekonomi dengan pembangunan lingkungan, sehingga dicapai keselarasan antara kepentingan ekonomi dan lingkungan hidup. Menurut Lonergan (1993:77) untuk menjamin terlaksananya pembangunan berwawasan lingkungan ada tiga *dimensi* penting yang harus dipertimbangkan yaitu: **Pertama** dimensi ekonomi yang menghubungkan pengaruh-pengaruh makroekonomi dan mikroekonomi pada lingkungan dan bagaimana sumber daya alam diperlakukan dalam analisa ekonomi. **Kedua** adalah dimensi politik yang mencakup proses politik yang turut menentukan *penampilan* dan sosok pembangunan, pertumbuhan penduduk, dan degradasi lingkungan. **Ketiga** adalah dimensi sosial dan budaya yang mengkaitkan antara tradisi, ilmu pengetahuan serta pola pemikiran masyarakat. Interaksi ke tiga dimensi ini akan mendukung terwujudnya konsep pembangunan berwawasan lingkungan.

## 2.10 Rangkuman Kajian Pustaka

1. Pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan dan pengusahaan objek dan daya tarik wisata, usaha sarana wisata, usaha jasa pariwisata, serta usaha-usaha lain yang terkait. Pariwisata dibagi menjadi beberapa kategori yaitu wisata alam dan wisata sosial budaya.

2. Ada beberapa komponen wisata yang selalu ada dan merupakan komponen dasar dari wisata. Komponen-komponen tersebut saling berinteraksi satu sama lain yaitu atraksi wisata, jasa wisata (akomodasi, fasilitas dan pelayanan wisata), transportasi, infrastruktur, kelembagaan (pengelolaan) dan informasi-promosi.
3. Sistem pariwisata menyangkut dua aspek yaitu aspek penawaran dan aspek permintaan. Penawaran wisata merupakan penawaran jasa produk yang ditawarkan khusus untuk kegiatan pariwisata. Permintaan dalam bidang pariwisata adalah wisatawan terhadap produk wisata yang ditawarkan.
4. Atraksi wisata merupakan daya tarik bagi wisatawan untuk melihat dan menikmatinya dan atraksi harus memiliki keunikan tersendiri berbeda dari tempat asal wisatawan.
5. Sarana wisata merupakan gabungan dari berbagai aktivitas yang berkaitan dengan upaya untuk memberikan kepuasan kepada wisatawan. Dalam aktifitas wisata, wisatawan tidak hanya memerlukan atraksi saja, melainkan juga diperlukan berbagai sarana yang terkait dengan kebutuhan wisatawan selama di obyek wisata. Yang masuk dalam sarana wisata diantaranya pelayanan akomodasi, ketersediaan berbagai restoran, rumah makan, warung yang menyediakan kebutuhan makan wisatawan, sarana komunikasi dan perbankan.
6. Aksesibilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk dapat berkunjung pada suatu tempat. Komponen-komponen yang perlu diperhatikan dari aksesibilitas adalah transportasi, infrastruktur, peraturan pemerintah dan prosedur operasional.

7. Informasi dan promosi kepada wisatawan sangat penting dilakukan, karena dapat memberikan gambaran yang menyeluruh kepada wisatawan dan calon wisatawan mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan kegiatan kepariwisataan yang ada di suatu tempat. Bentuk informasi ini dapat berupa peta, buku petunjuk, video, artikel majalah, narasi dari *tour guide*, brosur dan sebagainya.
8. Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan atau kunjungan ke luar dari lingkungan tempat tinggalnya bukan untuk mencari nafkah.
9. Motivasi wisatawan adalah dorongan untuk melakukan perjalanan wisata ke suatu tempat untuk mendapatkan pengalaman baru. Motivasi berwisata dibagi kedalam beberapa kategori yaitu motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi antar pribadi, motivasi status dan martabat.
10. Pengembangan pariwisata berkelanjutan mengutamakan pertimbangan pengelolaan semua sumber daya seperti memenuhi kebutuhan ekonomi, sosial, budaya, proses ekologi dan sistem pendukung kehidupan.
11. Konservasi adalah segenap proses pengelolaan suatu tempat agar makna kultural yang dikandungnya terpelihara dengan baik.
12. Pembangunan berwawasan lingkungan (*ecologically sustainable Development*) adalah merupakan upaya interaksi atau mengintegrasikan pembangunan ekonomi dengan pembangunan lingkungan, sehingga dicapai keselarasan antara kepentingan ekonomi dan lingkungan hidup.

**TABEL II.1**

## RANGKUMAN KAJIAN PUSTAKA

No	Sasaran	Sumber	Variabel	Analisis	Output
1.	Merumuskan keseimbangan antara aspek penawaran dan aspek permintaan	- Salah Wahab, 1996 - Mc Itosh, 1995 - Pearce, 1989 - Hadinoto, 1996 - Soekadidjo, 1997	Penawaran dan permintaan wisata (wisatawan, atraksi wisata, aksesibilitas, sarana wisata, informasi dan promosi)	Analisis BCG	Mengetahui kesesuaian antara penawaran dan permintaan
2.	Merumuskan manajemen pengelolaan obyek wisata Keraton Surakarta Hadiningrat	- Salah Wahab, 2003	Pengelola	Analisis pengelolaan obyek wisata	Mengetahui manajemen pengelolaan obyek wisata Keraton Surakarta Hadiningrat
3.	Merumuskan pengembangan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat	- Yoeti, 1997 - Inskeep, 1991	Wisatawan, potensi dan kondisi obyek wisata	Analisis SWOT	Mengetahui strategi pengembangan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat

Sumber : Hasil Analisis Penyusun, 2005

### 2.11 Variabel Yang Diamati

Berdasarkan hasil rangkuman kajian pustaka di atas variabel yang akan di amati sesuai dengan penelitian yang akan di lakukan adalah sebagai berikut:

**TABEL II. 2**

### VARIABEL PENELITIAN

No.	Variabel	Sub Variabel	Uraian
1.	Permintaan	Wisatawan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebutuhan akan Atraksi Wisata, Sarana Wisata, Aksesibilitas, Informasi dan Promosi (Karakteristik wisatawan terhadap produk wisata)</li> </ul>
2.	Penawaran	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atraksi wisata</li> <li>2. Aksesibilitas</li> <li>3. Sarana Wisata</li> <li>4. Informasi dan Promosi</li> <li>5. Pengelolaan</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Akses jalan</li> <li>• Moda yang dipakai</li> <li>• Hotel</li> <li>• Rumah Makan</li> <li>• Toko Souvenir</li> <li>• Pemandu Wisata</li> <li>• Pameran Wisata</li> <li>• Media Massa</li> <li>• Brosur/Leaflet</li> <li>• Website</li> <li>• Manajemen Pengelolaan</li> </ul>

Sumber : Hasil Analisis Penyusun, 2005

## **BAB III**

### **KERATON SURAKARTA HADININGRAT**

#### **3.1 Tinjauan Makro Kota Surakarta**

Kota Surakarta atau lebih dikenal dengan nama kota " SALA " atau "SOLO" berada pada dataran rendah. Popularitasnya semakin menanjak dengan banyaknya nama, disebut dalam perjalanan sejarah Indonesia sebagai pusat Kebudayaan Jawa maupun Kesenian serta berbagai sektor kehidupan lainnya, baik ditingkat nasional maupun internasional. Kota Surakarta terletak di Propinsi Jawa Tengah bagian selatan, yang merupakan penghubung antara Propinsi Jawa Timur dan Daerah Istimewa Yogyakarta. dengan kondisi lalu lintas yang sangat padat.

Berada didataran rendah dengan ketinggian  $\pm 92$  meter diatas permukaan air laut, yang berarti lebih rendah atau sama tingginya dengan permukaan Bengawan Solo, dan dilalui beberapa sungai yaitu Kali Pepe, Kali Anyar dan Kali Jenes yang semuanya bermuara di Bengawan Solo. Kota Surakarta terletak diantara :  $110^{\circ} - 110^{\circ} 45' 35''$  Bujur Timur,  $70^{\circ} 36' - 70^{\circ} 56'$  Lintang Selatan.

Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Karanganyar dan Kabupaten Boyolali, sebelah timur berbatasan dengan kabupaten Karanganyar dan Sukoharjo. Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Sukoharjo dan Karanganyar. Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Sukoharjo.

Wilayah administrasi Kota Surakarta adalah sebagai berikut:

- Luas wilayah :  $\pm 4.404.0593$  M2 (+ 44,040 km<sup>2</sup>).
- Panjang maksimal : 10,30 km (Utara – Selatan).
- Lebar maksimal : 7,50 km (Barat - Timur).



- Terbagi dalam 5 (lima) Kecamatan yang terdiri dari 51 Kalurahan, dengan :  
589 RW, 2.616 RT, dan 124.940 KK.

### **3.2 Tinjauan Historis Kota Surakarta**

Dalam sejarah berdirinya kota Surakarta, terlebih dulu perlu diungkapkan adanya peristiwa yang disebut "Geger Pacinan". Suparno (1983;13) dalam Budihardjo (1989;21). Peristiwa itulah yang antara lain menyebabkan kepindahan ibukota Kerajaan Mataram Kartasura beserta keratonnya ke desa Solo.

Pada saat Keraton Kartasura diserbu oleh pemberontak Cina yang dipimpin oleh Mas Garendi, Sri Paduka Paku Buwono II melarikan diri ke Ponorogo, diikuti oleh putranya KGPAA Mangkunegoro. Akibat adanya huru-hara tersebut kerajaan Mataram mengalami kerusakan berat sehingga raja memerintahkan untuk memindahkan Keraton Kartasura ke desa Solo pada tanggal 19 Februari 1745.

Dalam perkembangan selanjutnya, daerah kerajaan Surakarta pecah menjadi dua karena adanya perang saudara yang dilatarbelakangi politik *divide et empera* dari VOC. Dalam Perjanjian Giyanti tanggal 13 Februari 1755 kerajaan mataram dibagi menjadi dua yaitu sebelah timur tetapa bernama Surakarta Hadiningrat dan sebelah barat bernama Ngayogyakarta Hadiningrat. Dalam perkembangannya kedua daerah kerajaan tersebut pecah lagi masing-masing menjadi dua yaitu Surakarta Hadiningrat pecah menjadi Keraton Kasunanan dan Istana Mangkunegaran. Sedangkan Ngayogyakarta Hadiningrat pecah menjadi Keraton Kasultanan dan Pakualaman.

### **3.3 Kebijakan Pariwisata Jawa Tengah**

Tujuan pokok pengembangan kepariwisataan Jawa Tengah tidak terlepas dari tujuan-tujuan kepariwisataan nasional pada umumnya dan kebijakan pengembangan pembangunan daerah pada khususnya. Tujuan umum pengembangan pariwisata di Jawa Tengah, selain mempunyai tujuan ekonomi, finansial, sosial budaya, juga mempunyai tujuan fisik. Sedangkan tujuan fisik pengembangan pariwisata di Jawa Tengah adalah (Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Propinsi Jawa Tengah):

1. Kepastian dan kesesuaian tata guna tanah yang diperuntukan bagi pengembangan obyek-obyek pariwisata.
2. Melindungi benda-benda bersejarah bernilai tinggi.
3. Memelihara keseimbangan lingkungan hidup yang serasi dan aman dari pengaruh pencemaran.
4. Menyediakan secara cukup prasarana untuk kehidupan yang layak bagi penduduk melalui pengembangan obyek wisata.
5. Pengembangan obyek wisata dilakukan dengan desain arsitektur yang mencerminkan ciri khas kepribadian bangsa.

Pembangunan pariwisata mulai ditingkatkan dengan adanya program-program peningkatan pembangunan di sektor pariwisata. Pada tahun 1989 mulai dilaksanakan kampanye nasional Sadar Wisata yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan pentingnya pariwisata.

Pemerintah merencanakan Program SAPTA PESONA yaitu tujuh unsur yang menjiwai usaha pembangunan kepariwisataan, yaitu: Keamanan, Ketertiban,

Kebersihan, Kesejukan, Keindahan, Keramah-tamahan dan Kenangan. Secara garis besar butir-butir kebijakan pengembangan pariwisata Jawa Tengah yang tertuang dalam RIPP Propinsi Jawa Tengah mencakup:

1. Kebijakan tentang keseimbangan peran pemerintah, swasta dan masyarakat sehingga dapat dicapai suatu keadaan dimana fungsi pemerintah terutama adalah mengendalikan kegiatan masyarakat dan swasta.
2. Kebijakan pengembangan industri pariwisata yang mengarahkan usaha-usaha industri jasa kepariwisataan dapat secara tanggap dan tangguh menjawab berbagai kebutuhan pelayanan kepariwisataan disamping secara mandiri dapat mengembangkan kelembagaan sebagai usaha jasa yang terpercaya.
3. Kebijakan pengembangan obyek wisata, atraksi taman rekreasi dan hiburan umum sebagai fokus perhatian kegiatan inti kepariwisataan agar mampu meningkatkan daya pelayanan dan daya saingnya terhadap tuntutan perkembangan kemajuannya.
4. Kebijakan pengembangan sarana dan prasarana yang mempunyai kemampuan untuk dengan sendirinya mengatur keseimbangan pelayanan internal lingkungan wisata.
5. Kebijakan pemasaran yang memungkinkan terjadinya arus wisata yang seimbang dengan kemampuan menampung, melayani dan menyelenggarakan kepariwisataan, sesuai dengan kondisi atau situasi obyek wisata, serta menjamin keseimbangan arus wisata yang semakin meningkat, baik kualitas maupun kuantitasnya.

6. Kebijakan pengelolaan yang memungkinkan berkembangnya kegiatan kepariwisataan yang sehat dalam pengertian sesuai dengan sifat obyek/daerah dan kondisi pasar.
7. Keterlibatan unsur-unsur non pemerintah menjadi semakin dominan sehingga pada akhirnya keseluruhan kegiatan kepariwisataan merupakan kegiatan yang mampu menghidupi, membina dan mengembangkan diri sendiri secara bertanggung jawab.
8. Kebijakan pembinaan yang mengarah pada terwujudnya:
  - Penyelenggaraan pelayanan kepariwisataan profesional
  - Pelaku pariwisata/wisatawan (terutama domestik) yang menghayati etik kepariwisataan dan mampu memanfaatkan kegiatan wisata semaksimal mungkin tanpa mengakibatkan merosotnya obyek yang dinikmati.
9. Kebijakan hukum yang mampu menjamin terselenggaranya tertib kepariwisataan tanpa mengorbankan kelancaran dan kenyamanan pelaku wisata, serta mempermudah penyelesaian/solusi ketika terjadi konflik kepentingan dalam masalah kepariwisataan.

Rencana Umum Pengembangan Pariwisata di Jawa Tengah merupakan usaha untuk mengembangkan pariwisata, yang meliputi:

1. Kesepakatan bersama antar lembaga/instansi tentang pembangunan kepariwisataan menyangkut apa yang perlu dikerjakan, kapan dan bagaimana harus dikerjakan serta bagaimana posisi dan fungsi masing-masing bidang dalam setiap aspek kegiatan.

2. Peningkatan lama tinggal wisatawan dengan memperbanyak ragam atraksi dan kegiatan wisatawan.
3. Peningkatan kualitas ketrampilan dan keahlian tenaga kerja kepariwisataan.
4. Pemasyarakatan etiket/sopan santun pergaulan internasional.
5. Pengembangan industri, terutama kerajinan rakyat dan seni kriya.
6. Pengembangan produksi tanaman pangan guna memenuhi tuntutan selera dan standar mutu pasaran pariwisata, baik nasional maupun internasional.
7. Penyediaan sarana akomodasi dengan pengoptimalan pemanfaatan sumber daya lokal.
8. Pencegahan terjadinya manipulasi harga oleh unsur perantara.
9. Pengembangan sistem pelayanan kesehatan, pertolongan darurat, SAR dan perlindungan keamanan barang serta keselamatan jiwa manusia.

Strategi dasar pembangunan kepariwisataan Jawa Tengah dalam mengembangkan kepariwisataan dan dalam menarik wisatawan antara lain dilakukan:

1. Pengembangan usaha kepariwisataan yang tanggap, tangguh dan terpercaya.
2. Memperkuat potensi wisatawan nusantara sebagai penarik wisatawan mancanegara.
3. Memanfaatkan potensi Daerah Tujuan Wisata tetangga untuk memperkuat kapasitas Jawa Tengah.

Selain mengatur kebijaksanaan umum pembangunan di bidang pariwisata, Pemerintah Propinsi Jawa Tengah mengatur Pembagian Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang didasarkan pada jangkauan fasilitas pelayanan,

keterkaitan/pencapaian antar obyek (aksesibilitas), batas wilayah administrasi pemerintahan, pengelompokan karakteristik obyek dan tingkat perkembangannya. Pembagian Daerah Tujuan Wisata di Propinsi Jawa Tengah dapat diperinci sebagai berikut:

1. Sub DTW A (Merapi-Merbabu) yang meliputi 16 kabupaten dan terbagi dalam 3 Unit Kawasan Wisata (UKW), yaitu:
  - a. UKW Surakarta dan sekitarnya, mencakup semua obyek dan fasilitas yang ada dalam wilayah administrasi Kota Surakarta, Kabupaten Sukoharjo, Wonogiri, Klaten, Boyolali, Sragen, Karanganyar dan Kota Salatiga.
  - b. UKW Magelang-Wonosobo, meliputi semua obyek dan fasilitas yang ada dan berada di wilayah Kota Magelang, Kabupaten Magelang, Wonosobo dan Purworejo.
  - c. UKW Semarang, mencakup semua obyek dan fasilitas yang ada di wilayah Kota Semarang, Kabupaten Semarang dan Kabupaten Kendal.
2. Sub DTW B (Demak- Kudus- Jepara-Rembang) yang meliputi 7 Kabupaten yang terbagi dalam 2 UKW, yaitu :
  - a. UKW Jepara-Kudus yang mencakup wilayah Kabupaten Demak, Jepara, Pati dan Rembang
  - b. UKW Purwodadi-Blora yang mencakup wilayah di Kabupaten Grobogan dan Kabupaten Blora
3. Sub DTW C (Tegal-Pekalongan-Brebes) yang meliputi 7 Kabupaten yang terbagi dalam 2 UKW, yaitu:

- a. UKW Pekalongan-Batang, mencakup semua obyek dan fasilitas wisata yang berada di wilayah Kota Pekalongan, Kabupaten Pekalongan dan Batang.
  - b. UKW Tegal, mencakup semua obyek dan fasilitas wisata dalam wilayah Kabupaten Tegal, Brebes dan Pemasang.
4. Sub DTW D (Cilacap-Banyumas-Kebumen) meliputi 5 Kabupaten dan terbagi dalam 2 UKW, yaitu :
- a. UKW Cilacap-Purwokerto, mencakup semua obyek wisata dan fasilitas wisata dalam wilayah Kabupaten Cilacap dan Banyumas.
  - b. UKW Purbalingga-Banjarnegara yang mencakup semua obyek wisata dan fasilitas wisata dalam wilayah Kabupaten Purbalingga, Banjarnegara dan Kebumen.

Berdasarkan pembagian Daerah Tujuan Wisata (DTW) tersebut diatas, maka untuk Kota Surakarta masuk ke dalam Sub Daerah Tujuan Wisata A (Merapi-Merbabu) dan Unit Kawasan Wisata Surakarta dan sekitarnya.

Dalam Perda No. 7 Tahun 1984, Pemerintah Daerah Jawa Tengah menetapkan penyerahan enam urusan pariwisata kepada daerah Kota/Kabupaten. Keenam urusan tersebut adalah : usaha pengelolaan obyek wisata, rumah makan, pariwisata, pramuwisata khusus, usaha rekreasi, dan hiburan umum, serta penginapan remaja serta promosi pariwisata daerah secara mandiri sehingga akan menciptakan swadaya pendapatan murni daerah dan merangsang peran serta dunia



usaha untuk turut serta mengembangkan potensi pariwisata yang ada di daerahnya.

### **3.4 Kebijakan Pariwisata Kota Surakarta**

Sektor pariwisata di Kota Surakarta cukup strategis apabila dilihat dari kondisi, potensi, visi dan misi kota. Visi yang telah ditetapkan oleh Dinas Pariwisata Seni dan Budaya yaitu: ” **Sebagai fasilitator terdepan dan profesional dalam upaya pengembangan dan pembinaan pariwisata seni dan budaya untuk mewujudkan Kota Surakarta sebagai Daerah Tujuan Wisata yang terkemuka di Indonesia tahun 2010**”

Sedangkan misi untuk mewujudkan visi tersebut adalah:

1. Mendorong kepedulian dan kemandirian masyarakat, meningkatkan kualitas pengembangan pariwisata daerah;
2. Melakukan kemitraan sinergis dengan pelaku pariwisata dan stakeholder lainnya dalam upaya optimalisasi produk industri pariwisata dan penggalan potensi seni dan budaya;
3. Memberikan pelayanan publik yang terbaik (prima), berorientasi kepada pelanggan/masyarakat pelaku pariwisata;
4. Menyediakan informasi yang akurat dan memimpin inovasi dalam pemasaran industri pariwisata daerah dengan penyediaan SDM yang berkualitas.

Adapun tujuan visi dan misi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Menumbuhkan inovasi dan sikap masyarakat terhadap Sadar Wisata;
2. Mengarahkan kepariwisataan daerah yang bertumpu pada kekuatan masyarakat;

3. Meningkatkan partisipasi pelaku pariwisata dalam memberikan kontribusi terwujudnya daerah Wisata di Kota Surakarta;
4. Meningkatkan koordinasi antar wilayah *hinterland* dalam optimalisasi paket-paket wisata;
5. Meningkatkan profesionalisasi perijinan;
6. Terwujudnya mekanisme dan prosedur perijinan yang memuaskan pelanggan;
7. Menghasilkan riset dan pengembangan informasi data sesuai dengan perkembangan jaman;
8. Menghasilkan manajemen pemasaran strategic dengan kompetensi SDM yang menguasai riset SDM;
9. Meningkatkan kerjasama antara daerah.

Arah kebijakan dibidang pariwisata yang akan ditempuh oleh pemerintah Kota Surakarta, antara lain meliputi:

1. Peningkatan peluang kerjasama/kemitraan dengan unsur-unsur pelaku pariwisata dan jaringan kerja (*networking*) antara daerah;
2. Revitalisasi obyek-obyek wisata dan menggali obyek dan daya tarik wisata yang baru.
3. Memperluas segmen wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.
4. Kerjasama riset pengembangan wisata dan koordinasi wisata dengan sektor terkait.
5. Optimalisasi program-program strategis dan kapabilitas organisasi.
6. Membangun citra pariwisata daerah melalui keterpaduan informasi promosi pariwisata.

7. Peningkatan kualitas dan profesionalisme SDM dalam upaya memberikan pelayanan yang prima.
8. Pengembangan manajemen pelayanan strategis dan menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor andalan.
9. Peningkatan penguasaan teknologi melalui penguasaan di bidang komputer dan internet.

Program prioritas kegiatan yang telah disusun oleh Pemerintah Kota Surakarta dalam bidang pariwisata adalah sebagai berikut :

1. Program Pengembangan Informasi Dan Jaringan Pemasaran Pariwisata, dengan prioritas kegiatan:
  - a. Pembuatan dan pengiriman materi promosi melalui media massa.
  - b. Keikutsertaan pameran, festival dan dialog pariwisata.
  - c. Kirab prosesi Boyong Kedaton.
  - d. Duta Wisata ke luar negeri.
2. Program Peningkatan dan Pengembangan SDM di bidang Pariwisata dengan prioritas kegiatan:
  - a. Bantuan operasional kegiatan kelompok sadar wisata.
  - b. Sosialisasi Peraturan Daerah Kepariwisataan.
  - c. Penyuluhan dan pelatihan sektor pariwisata, seni dan budaya.
  - d. Pelatihan dan kursus manajemen pengelolaan usaha pariwisata.
3. Program Pengembangan Produk Wisata Daerah dengan prioritas kegiatan:
  - a. Bantuan pembinaan seni dan budaya.

- b. Bantuan stimulasi peralatan kesenian, aset seni budaya dan alat-alat kesenian.
4. Program Peningkatan Kemitraan Antar Pelaku Pariwisata dengan prioritas kegiatan
    - a. Pembuatan materi promosi terpadu melalui media massa
    - b. Pengisian Tourist Information Centre (TIC) bersama
    - c. Penyusunan dan pengembangan Paket Wisata Terpadu
    - d. Peningkatan koordinasi antar pelaku pariwisata
  5. Program Pengembangan Manajemen Pengelolaan Obyek Wisata dan Daya Tarik Wisata dengan prioritas kegiatan:
    - a. Study banding manajemen pengelolaan Obyek dan Daya Tarik Wisata (ODTW)
    - b. Rehabilitasi Obyek dan Daya Tarik Wisata
    - c. Bantuan operasional pengelolaan Obyek dan Daya Tarik Wisata
    - d. Monitoring dan evaluasi pengelolaan Obyek dan Daya Tarik Wisata
  6. Program pengembangan riset pariwisata dengan prioritas kegiatan
    - a. Penyelenggaraan, penyebarluasan dan pengadaan sarana dan prasarana riset-riset kepariwisataan
    - b. Penyusunan paket wisata.

### 3.5 Kondisi Kepariwisata di Kota Surakarta

#### 3.5.1 Jumlah Kunjungan Wisata

Salah satu tolok ukur keberhasilan pariwisata adalah dilihat dari kunjungan wisata serta kontribusi aktifitas pariwisata dalam perekonomian di kawasan tersebut. Perkembangan pariwisata di Surakarta mengalami fluktuasi pada periode tahun 2000-2004. Hal ini disebabkan karena masalah keamanan yang tidak kondusif karena Kota Surakarta beberapa kali terjadi kerusuhan serta kurangnya pemeliharaan terhadap sejumlah obyek wisata potensial.

**TABEL III.1**  
**JUMLAH KUNJUNGAN WISATA DI SURAKARTA**  
**TAHUN 2000 – 2004**

<b>Tahun</b>	<b>Domestik</b>	<b>Mancanegara</b>
2000	822.977	13.876
2001	1.135.344	14.438
2002	785.558	11.196
2003	737.025	7.629
2004	541.704	6.702

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Surakarta, 2004

Wisatawan yang berkunjung ke Surakarta pada umumnya ingin meninjau berbagai bangunan peninggalan bersejarah dan juga berbagai atrasi budaya dan kesenian. Obyek wisata yang cukup populer diantaranya adalah Keraton Surakarta Hadiningrat dan Pura Mangkunegaran. Karena disamping banyak menyajikan atraksi budaya juga letaknya yang dipusat kota sehingga aksesibilitasnya sangat mendukung.

### 3.5.2 Kontribusi Pariwisata Surakarta

Pariwisata di Surakarta telah memberikan kontribusi yang besar, baik bagi pengusaha jasa wisata, pemerintah daerah serta masyarakat di kawasan tersebut. Kegiatan pariwisata yang ada selama ini dapat memberikan lapangan kerja dan pemasukan bagi masyarakat di Surakarta. Kontribusi pariwisata bagi masyarakat sekitar berupa tumbuhnya kegiatan ekonomi yang mendukung aktifitas pariwisata seperti tumbuhnya warung makan/rumah makan, penjualan barang souvenir juga tumbuhnya hotel baik yang melati maupun yang berbintang. Data selengkapnya kontribusi masing-masing obyek wisata di Surakarta dapat dilihat dari tabel berikut ini :

**TABEL III.2**  
**PENDAPATAN DARI OBYEK WISATA**  
**DI SURAKARTA TAHUN 2003**

No.	Obyek Wisata	Pendapatan (Rupiah)
1.	Keraton Kasunanan Surakarta	177.028.000,00
2.	Pura Mangkunegaran	71.458.250,00
3	Museum Radya Pustaka	8.336.700,00
4	T.W.B Sriwedari	364.648.933,00
5	Wayang Orang Sriwedari	49.062.775,00
6	THR Sriwedari	391.446.500,00
7	Taman Satwataru Jurug	1.509.446.000,00
8	Taman Balekambang	9.923.130,00
9	BI. Maliawan	19.419.900,00

Sumber : Dinas Pariwisata Surakarta,2003

### 3.6 Gambaran Pariwisata Keraton Surakarta Hadiningrat

#### 3.6.1 Sarana Wisata

Salah satu fasilitas sarana wisata adalah akomodasi yang merupakan tempat tinggal sementara bagi wisatawan selama perjalanan dengan harapan agar

dapat memberikan kenyamanan serta menjamin kebutuhan untuk sementara waktu. Oleh karena itu akomodasi sangat penting dan dengan sendirinya sangat diperlukan. Fasilitas akomodasi di Kota Surakarta sangat memadai, ada 14 hotel berbintang dan 107 hotel non bintang (melati). Dengan jumlah kamar 1.011 untuk hotel berbintang dan 2.171 untuk hotel non bintang.

Jasa wisata lain yang tersedia yaitu rumah makan mulai dari yang tradisional sampai modern, dari citarasa barat, Indonesia sampai masakan China. Tercatat ada 30 rumah makan yang menawarkan berbagai menu masakan, apalagi selama ini Kota Surakarta cukup terkenal dengan citarasa makanannya yang menggoda selera. Juga toko souvenir yang menjajakan aneka barang barang kerajinan tangan khas Kota Solo, misalnya wayang, keris, hiasan dinding dan cinderamata lainnya.

Di lingkungan sekitar Keraton Surakarta Hadiningrat juga banyak terdapat tempat wisata belanja, misalnya di sebelah barat ada Pasar Klewer yang merupakan sentra perdagangan tekstil terbesar di Jawa Tengah dan Yogyakarta. Di depan sebelah timur saat ini sedang dalam proses pembangunan yaitu Pusat Grosir Solo dan Beteng Trade Centre.



**GAMBAR 3.1. TOKO CINDERAMATA DAN KERAJINAN TANGAN  
DI KOMPLEK KERATON SURAKARTA HADININGRAT**

**TABEL III.3**  
**JUMLAH HOTEL DAN KAMAR YANG ADA DI KOTA SURAKARTA**

NO	KLASIFIKASI	1999		2000		2001		2002	
		Jumlah		Jumlah		Jumlah		Jumlah	
		Hotel	Kamar	Hotel	Kamar	Hotel	Kamar	Hotel	Kamar
1	2	5	6	7	8	9	10	11	12
1	HOTEL BINTANG****	4	540	4	540	4	540	4	540
2	HOTEL BINTANG***	4	213	4	212	4	212	4	212
3	HOTEL BINTANG **	2	122	2	121	2	121	2	121
4	HOTEL BINTANG *	4	137	4	137	4	137	4	138
<b>A</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>14</b>	<b>1012</b>	<b>14</b>	<b>1010</b>	<b>14</b>	<b>1010</b>	<b>14</b>	<b>1010</b>
1	HOTEL MELATI ***	22	711	22	678	22	678	16	521
2	HOTEL MELATI**	36	808	36	787	36	787	34	743
3	HOTEL MELATI*	48	732	48	716	48	716	55	907
<b>B</b>	<b>JUMLAH</b>	<b>106</b>	<b>2251</b>	<b>106</b>	<b>2181</b>	<b>106</b>	<b>2181</b>	<b>105</b>	<b>2171</b>
<b>C</b>	<b>BELUM TERKLASIFIKASI</b>	<b>1</b>	<b>25</b>	<b>4</b>	<b>45</b>	<b>11</b>	<b>161</b>	<b>12</b>	<b>221</b>
<b>*</b>	<b>JUMLAH TOTAL</b>	<b>121</b>	<b>3288</b>	<b>124</b>	<b>3236</b>	<b>131</b>	<b>3352</b>	<b>131</b>	<b>3403</b>

Sumber : Dinas Pariwisata Kota Surakarta, 2002.

### 3.6.2 Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memberi kemudahan kepada wisatawan untuk dapat berkunjung pada suatu tempat. Komponen-komponen yang perlu diperhatikan dari aksesibilitas adalah transportasi, infrastruktur, peraturan pemerintah dan prosedur operasional.

Dalam rangka untuk menjangkau tujuan wisata serta obyek wisata diperlukan akses jalan dan moda transportasi yang memadai sehingga memperlancar perjalanan wisata. Alternatif moda angkutan yang menjadi pilihan bagi wisatawan sangat mudah diperoleh karena banyaknya alternatif dari dan menuju Keraton Surakarta Hadiningrat. Faktor angkutan dalam dunia pariwisata



membutuhkan pula syarat-syarat tertentu antara lain : jalan yang bagus, lalu lintas yang lancar, baik dan cepat. (Pendit, 1999:25).

Untuk menuju Kota Surakarta dapat ditempuh melalui perjalanan darat yaitu via bis dan kereta api, juga melalui perjalanan udara karena di kota ini terdapat Bandara Internasional Adi Sumarmo. Dan untuk menuju obyek wisata Keraton Surakarta Hadiningrat yang lokasinya tepat berada di pusat kota bisa dilakukan dengan naik taksi, bis kota dan juga angkutan kota.



**GAMBAR 3.2.**  
**GAPURA GLADAK KERATON KASUNANAN SURAKARTA**  
**JALAN UTAMA MENUJU KERATON DARI ARAH UTARA**

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2005)

### **3.6.3 Informasi dan Promosi**

Promosi dan informasi merupakan bagian penting dari pengembangan pariwisata. Kota Surakarta sudah memiliki Pusat Informasi Pariwisata yang berada di Kantor Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya tetapi promosi wisata tidak hanya menjadi tugas pemerintah tetapi juga dilakukan oleh para pengelola usaha

pariwisata seperti hotel, restaurant, dan tentunya para pengelola obyek wisata. Pihak pengelola Keraton Kasunanan Surakarta dalam melakukan promosi baru terbatas pada penyediaan informasi berupa brosur ataupun leaflet yang disebarluaskan di beberapa tempat yang banyak dikunjungi para wisatawan seperti di hotel, restaurant dan Kantor Dinas Pariwisata setempat. Pelaksanaan promosi seperti ini dirasa kurang efektif dan kurang menarik dengan alat promosi yang kurang memadai. Untuk informasi secara mendalam bisa diakses melalui website: [www. Javapalace.com](http://www.Javapalace.com) dan lembaga-lembaga kebudayaan yang ada di Kota Surakarta

#### **3.6.4. Sejarah dan Bangunan Keraton Surakarta Hadiningrat**

Pada tanggal 17 Febuari 1745 atau pada hari Rabu Pahing tanggal 14 Suro/Muharam tahun 1670 wuku Landep, windu Sancaya secara resmi Keraton Kartosuro ditinggalkan oleh Sri Paduka Susuhunan Paku Buwono II, untuk berpindah ke keraton baru yang beliau dirikan di desa Sala. Keraton didesa Sala itu diberi nama Keraton Surakarta Hadiningrat. (Margana, 2004:23)

Bangunan-bangunan Keraton Surakarta Hadiningrat terdiri dari: (Soeharto, 1985:10)

1. Pintu Gerbang Kori Brojonolo (lor), didirikan pada jaman S.P. Susuhunan Paku Buwono III, tahun 1684, bersama dengan bangunan tembok Baluwarti (Cepuri) yang semula dari bambu.
  - Di luar pintu kiri dan kanan terdapat dua buah bangsal kecil ialah bangsal Brojonolo, tempat berjaga.

- Sebelah dalam pintu kiri dan kanan terdapat dua bangsal yaitu bangsal Wisomarto.
  - Sebelah timur bangsal Wisomarto timur terdapat sebuah ruang tempat lonceng.
  - Dalam Baluwarti sebelah timur dan barat bangsal Wisomarto terdapat dua buah gedung tempat penjagaan prajurit berkuda.
2. Pintu Gerbang Kori Kamandungan, didirikan pada zaman S.P. Susuhunan Paku Buwono III pada hari Sabtu tanggal 10 Oktober 1819.
- Di luar dan di dalam pintu terdapat bangsal Kamandungan, tempat berjaga.
  - Di atas pintu terdapat lukisan lambang kerajaan Jawa Sri Makuta Rama.
  - Sebelah muka bangsal Kamandungan di luar pintu terdapat Bale Roto, tempat berhenti kendaraan.
  - Sebelah barat Kamandungan terdapat sebuah bangunan berbentuk Limasan dengan serambi disebut Semoroko didirikan pada zaman S.P. Susuhunan Paku Buwono III. Di zaman S.P. Susuhunan Paku Buwono IV bertepatan pada hari Senin tanggal 13 Rabingulakhir tahun Jimawal 1741 (Jawa) atau 4 April 1814 tempat ini adalah paseban.
  - Sebelah timur Kamandungan terdapat bangunan Jawa berbentuk Limasan disebut Narcukunda, didirikan pada zaman S.P. Susuhunan Paku Buwono III, tempat ini digunakan sebagai : paseban atau menghadap Komandan Prajurit Keraton, tempat jaga, tempat pelantikan perwira/opsir dan tempat memerintahkan hukuman/pidana administratif.



**GAMBAR 3.3.**  
**KAMANDUNGAN DENGAN LATAR BELAKANG SONGGO BUWONO**  
 (Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2005)

3. Pintu Gerbang Sri Manganti (lor) didirikan pada zaman S.P. Susuhunan Paku Buwono III tahun Jawa 1685 atau 1758 Masehi.
  - Di sebelah timur pintu terdapat sebuah ruang jaga ialah ruang Pancaosan Panewu.
  - Jika memasuki Kori Sri Manganti kita akan menghadap sebuah cermin besar.
  - Sebelah timur Kori Sri Manganti terdapat sebuah menara yang disebut Panggung Songgobuwono. Menara ini didirikan oleh S.P. Susuhunan Paku Buwono III. Panggung Songgobuwono berbentuk segi delapan. Tingginya kurang lebih 30 meter, terdiri dari empat tingkat.
  - Di pelataran Kori Sri Manganti terdapat bangunan Jawa dari timur ke barat

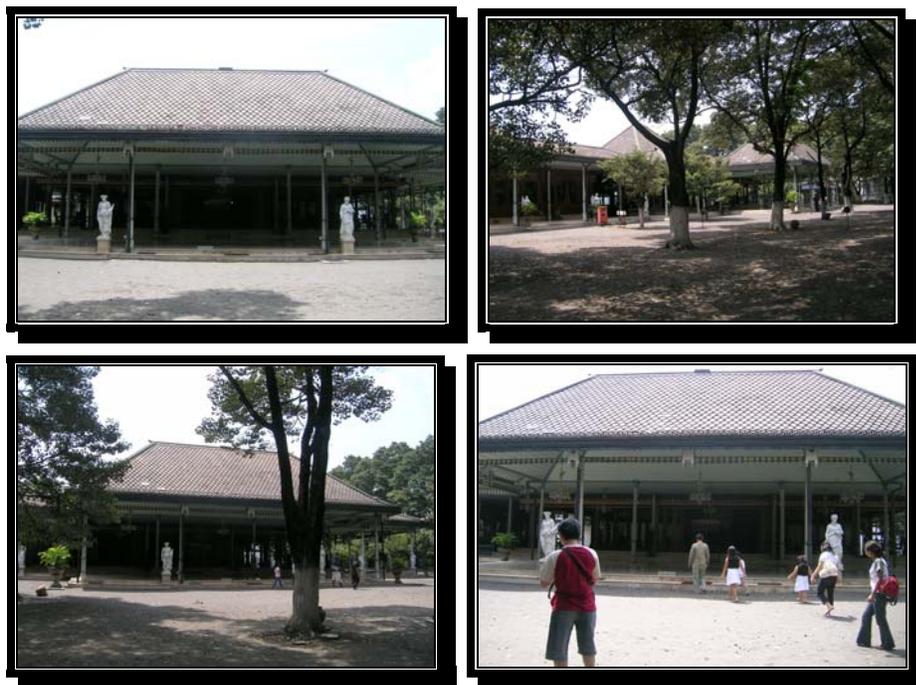


**GAMBAR 3.4.**  
**KORI SRI MANGANTI KERATON SURAKARTA HADININGRAT**  
 (Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2005)

- a. Bangunan Jawa berbentuk Limasan Jubang, tidak berserambi, bertiang delapan disebut maligi, yang didirikan pada hari Jumat tanggal 19 Rabingulakhir tahun Alip 1811 atau 10 Maret 1882 Masehi sebagai tempat menghitankan putra Susuhunan.
- b. Pendopo besar berbentuk joglo pangrawit dengan serambi, yang disebut Sasono Sewoko, didirikan oleh S.P. Susuhunan Paku Buwono III pada tahun Jawa Wawu 1897. Sasono Sewoko sebagai tempat Sri Susuhunan untuk bersemedi dan mengheningkan cipta.
- c. Emper/bangsal yang mengelilingi pendopo Sasono Sewoko, yang dinamakan Paningrat.
- d. Sebelah barat pendopo Sasono Sewoko terdapat sebuah bangunan Jawa berbentuk joglo kepuhan tanpa serambi yang disebut Sasono Ponosedyo sebagai ruang duduk Sri Susuhunan.

- e. Sebelah selatan pendopo Sasono Sewoko terdapat sebuah gedung besar berkaca, berbentuk bangunan Jawa limasan sinom kelabang anyander dinamakan Sasono Hondrowino, tempat menerima tamu dan makan bersama atau Kembul Bujono. Bangunan ini didirikan oleh S.P. Susuhunan Paku Buwono V pada hari Selasa Kliwon tanggal 27 Rejeb tahun Je 1750 atau 8 Maret 1825 Masehi.

Di Keraton Kasunanan Surakarta juga terdapat museum yang menyimpan benda-benda kuno yang bersejarah antara lain : kereta kencana, keris, wayang kulit, dandang besar/alat untuk menanak nasi dan lain-lain.



**GAMBAR 3.5.**  
**SASONO SEWOKO KERATON SURAKARTA HADININGRAT**  
**DALAM BERBAGAI SUDUT, TEMPAT SINGGASANA RAJA**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2005)



**GAMBAR 3.6.**  
**SASONO HONDROWINO**  
**DALAM BERBAGAI SUDUT, TEMPAT MENERIMA TAMU**  
**DAN JAMUAN MAKAN**

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2005)

**TABEL III.4**  
**JUMLAH KUNJUNGAN WISATAWAN MANCANEGARA DAN**  
**NUSANTARA KE OBYEK WISATA KERATON SURAKARTA HADININGRAT**  
**TAHUN 2000 – 2004**

No	OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA	TAHUN				
		2000	2001	2002	2003	2004
1	<b>Keraton Surakarta Hadiningrat</b>					
	a. Wisatawan Mancanegara	2.902	1.510	1.321	1.377	3.964
	b. Wisatawan Nusantara	80.213	56.931	39.501	42.737	17.293
	<b>Jumlah</b>	<b>83.115</b>	<b>58.441</b>	<b>40.822</b>	<b>44.114</b>	<b>21.357</b>

Sumber : Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kota Surakarta, 2004



### **3.6.5 Pengelolaan Keraton Surakarta Hadiningrat**

Selama ini Keraton Surakarta Hadiningrat dikelola oleh pihak keraton sendiri dengan sumber pembiayaan yang didapatkan dari subsidi Pemerintah Daerah Tingkat I Jawa Tengah dan Pemerintah Daerah Tingkat II Kota Surakarta. Karena subsidi yang diperoleh dari pemerintah yang terbatas, maka untuk membiayai kegiatan operasional dan juga pemeliharaan fisik keraton ada sumber dana lain, yaitu dari kas keraton yang diperoleh dari hasil penjualan tiket masuk keraton dan juga dari kas pribadi Keluarga Keraton Surakarta Hadiningrat.

### **3.6.6 Atraksi Wisata Budaya Keraton Surakarta Hadiningrat**

Sepanjang tahun di Keraton Surakarta Hadiningrat digelar berbagai atraksi budaya yang sampai saat ini masih dipertahankan dan menjadi salah satu daya tarik wisata budaya. Atraksi budaya itu antara lain (Setiadi dkk, 2000:246):

#### **1. Kirab Pusaka Malam 1 Suro**

Merupakan upacara tradisional yang diselenggarakan oleh Keraton Surakarta Hadiningrat dan Pura Mangkunegaran untuk merayakan Tahun Baru Jawa yaitu 1 Suro. Proses ini memamerkan pusaka-pusaka dari Keraton yang dibawa oleh Abdi Dalem yang berpakaian Jawa adat keraton. Upacara ini dimulai pada saat tengah malam dan pengunjung dapat menyaksikan pameran koleksi museum seluruh Indonesia yang diselenggarakan di Pagelaran Keraton Surakarta Hadiningrat.

#### **2. Acara Sekaten**

Acara ini untuk memperingati kelahiran Nabi Muhammad SAW, yang dimeriahkan dengan berbagai pertunjukkan dan penjualan souvenir serta kerajinan

tangan. Puncak dari perayaan Sekaten adalah keluarnya Gunungan dari Keraton Surakarta Hadiningrat menuju Bangsal Pradangga di Komplek Masjid Agung.



**GAMBAR 3.7.**  
**ALUN-ALUN KERATON SURAKARTA HADININGRAT**  
**TEMPAT PENYELENGGARAAN ACARA SEKATEN**  
(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2005)

### 3. Gerebeg Mulud

Setelah sepekan kedua gamelan ditabuh, perayaan Sekaten ditutup dengan dikeluarkannya gunungan, yakni gunungan jaler (laki-laki) dan gunungan esteri (perempuan). Sesudah didoakan di Masjid Agung, kedua gunungan tersebut dibagikan kepada masyarakat.

### 4. Sesaji Mahesa Lawung

Yaitu sebuah upacara untuk membangun kekuatan spiritual dalam menjaga keselamatan Keraton dan segenap warga masyarakat. Upacara ini diselenggarakan di hutan Krendhowahono 20 kilometer arah utara kota Surakarta yang diawali dari

Dalem Agung Probosuyoso Bangsal Gondhorasan. Sesaji ini dilaksanakan pada hari Senin atau Kamis terakhir pada bulan Rabiul Akhir.

#### 5. Malam Selikuran

Diselenggarakan untuk memperingati Nuzulul Quran. Perayaan ini dimulai pada malam 21 Ramadhan dengan sebuah prosesi yang berjalan dari Keraton Surakarta Hadiningrat menuju Taman Sriwedari. arak-arakan tersebut membawa lampu minyak atau ting.



**GAMBAR 3.8.**  
**PELATARAN KERATON SURAKARTA HADININGRAT**  
**DARI TEMPAT INI ARAK-ARAKAN MALAM SELIKURAN**  
**DIMULAI MENUJU TAMAN SRIWEDARI**

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2005)

#### 6. Wiyosan Jumenengandalem

Merupakan peringatan upacara ulang tahun kenaikan tahta raja yang berkuasa, berlangsung di Sasana Sewaka. Dalam jumenengandalem ini ditampilkan tari

Bedaya Ketawang, sebuah legenda yang menggambarkan percintaan raja di Keraton Surakarta Hadiningrat dengan Kangjeng Ratu Kidul.

#### 7. Gerebeg Besar Idul Adha

Merupakan upacara tahunan untuk memperingati perjalanan haji ke Mekkah. Perayaan ini diselenggarakan didepan Masjid Agung Surakarta. Puncak dari perayaan ini terjadi pada saat Hajat Dalem Gunungan dibawa dalam prosesi dari Keraton Surakarta Hadiningrat menuju Mesjid Agung jam 10.00 WIB.



**GAMBAR 3.9.**  
**MASJID AGUNG KERATON SURAKARTA HADININGRAT**  
**TERLETAK DI DEPAN PASAR KLEWER DI SEBELAH BARAT**  
**ALUN-ALUN UTARA**  
**TEMPAT PENYELENGGARAAN ACARA BUDAYA GERELEG BESAR**  
**IDUL ADHA**

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2005)

#### 8. Gerebeg Pasa/Syawalan

Perayaan Syawalan dimulai satu hari setelah hari Raya Idul Fitri. Diselenggarakan di Taman Jurug yang terletak di tepi sungai Bengawan Solo.

Puncak acara saat pelaksanaan ” Larung Gethek Joko Tingkir” dimana ribuan orang menghadiri perayaan ini untuk memperoleh ketupat yang dibagikan.



**GAMBAR 3.10.**  
**SITIHINGGIL KERATON SURAKARTA HADININGRAT**  
**TEMPAT PELAKSANAAN BERBAGAI ATRAKSI BUDAYA DAN**  
**PAMERAN BUDAYA**

(Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2005)

Di kawasan obyek wisata Keraton Surakarta Hadiningrat juga terdapat berbagai sarana pendukung, misalnya pusat belanja dan toko souvenir yang berjumlah sekitar 72 buah. Di depan Alun-alun Utara ada Beteng Vastenberg yang sebenarnya menarik untuk dikunjungi, tetapi sekarang kondisinya sangat tidak terawat dan tertutup bagi wisatawan.

Di belakang keraton merupakan suatu kawasan permukiman keluarga kerajaan. Di tempat ini banyak dijumpai rumah para kerabat keraton model joglo kuno dengan arsitektur yang menarik, berbagai industri kerajinan tangan juga bisa dijumpai disini, yaitu batik, kuningan dan anyaman. Sehingga kawasan yang bernama Baluwarti ini berpotensi untuk menjadi ”desa wisata”.

## **BAB IV**

### **ANALISIS PENAWARAN DAN PERMINTAAN WISATA DALAM PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA DI KERATON SURAKARTA HADININGRAT**

Dalam studi analisis penawaran dan permintaan wisata dalam pengembangan potensi pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat ini, dilakukan beberapa analisis yang berkaitan satu sama lain. Analisis- analisis tersebut adalah analisis penawaran dan permintaan wisata, analisis pengelolaan wisata dan analisis pengembangan wisata.

Analisis yang dilakukan dalam studi ini bersifat lebih kualitatif dengan menggunakan teknik analisis Boston Consultings Group (BCG) untuk mengetahui kesesuaian antara penawaran dan permintaan, analisis SWOT untuk merumuskan arahan dan strategi- strategi dalam pengembangan pariwisata di Kota Solo pada umumnya dan di Keraton Surakarta Hadiningrat khususnya serta analisis deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi manajemen pengelolaan dan permasalahannya.

#### **4.1 Analisis Penawaran Wisata**

Sebagai salah satu peninggalan sejarah Indonesia, Keraton Surakarta Hadiningrat memiliki nilai – nilai luhur yang sangat menarik dan patut untuk dilestarikan. Pada dasarnya kondisi ini disadari oleh seluruh stakeholders pembangunan di Kota Surakarta pada khususnya dan Jawa Tengah pada umumnya.

Hal ini ditunjukkan dari kontribusi-kontribusi Pemerintah Kota Surakarta maupun Propinsi Jawa Tengah dalam menjaga, merawat dan mengembangkan asset tersebut.

Namun demikian kontribusi-kontribusi tersebut harus dipandang sebagai stimulant bagi Keraton Surakarta Hadiningrat untuk dapat dijadikan modal awal bagi pengembangan kegiatan pariwisata budaya di Keraton Surakarta Hadiningrat, yang tentu saja tanpa meninggalkan nilai-nilai budaya yang selama ini telah dianut. Kemandirian Keraton Surakarta Hadiningrat dapat didukung dari pengembangan sector pariwisata ini. Beberapa faktor yang berpengaruh dalam rangka pengembangan obyek wisata telah dimiliki oleh Keraton Surakarta Hadiningrat. Faktor – faktor yang berpengaruh dalam komponen pariwisata tersebut adalah sebagai berikut:

#### **4.1.1 Atraksi Wisata**

Potensi wisata di Keraton Surakarta Hadiningrat sangatlah beragam, selain berupa peninggalan-peninggalan bangunan, senjata, kereta kuda serta peninggalan fisik lainnya, juga terdapat peninggalan-peninggalan non fisik berupa nilai-nilai kebudayaan yang luhur. Nilai-nilai inilah yang sebenarnya harus terus dijaga dan lestarian, oleh sebab itu kegiatan pariwisata di Keraton Surakarta lebih dititik beratkan pada pelestarian aspek-aspek budaya, yang diwujudkan dalam tradisi beberapa upacara/ ritual tradisional. Beberapa upacara tradisional/ ritual yang selalu diperingati oleh Keraton Surakarta dan sudah menjadi atraksi wisata adalah sebagai berikut:

a. Kirab Pusaka Malam 1 Suro

Merupakan upacara tradisional memperingati 1 Suro (Tahun Baru Jawa), merupakan prosesi kirab dari pusaka – pusaka yang dimiliki oleh Keraton Surakarta, yang dibawa oleh abdi dalem keraton, yang diselenggarakan pada malam hari. Upacara ini cukup menarik perhatian masyarakat (responden), hal ini terlihat dari hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa 70% responden pernah mengikuti (melihat) prosesi upacara ini. Kondisi ini tentu saja memberikan dukungan terhadap upaya pengembangan kegiatan wisata kawasan sehingga memperoleh penilaian tinggi.



**GAMBAR 4.1**  
**ATRAKSI KIRAB MALAM 1 SURO**

Sumber: Dokumentasi Keraton, 2005

b. Sekaten

Acara ini dilangsungkan selama satu bulan penuh, memperingati kelahiran Nabi Muhammad SAW. Puncak acara berupa gunung (makanan) yang dikeluarkan oleh pihak Keraton sebagai simbol pemberian keraton bagi masyarakat. Secara umum acara ini mirip dengan acara pasar malam,

banyak penjual sovenir makanan, pertunjukan musik maupun pertunjukan kesenian daerah. Kegiatan ini cukup menarik perhatian masyarakat (responden), hal ini terlihat dari hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa 67% responden pernah mengikuti (melihat) prosesi upacara ini. Kondisi ini tentu saja memberikan dukungan terhadap upaya pengembangan kegiatan wisata kawasan sehingga memperoleh penilaian tinggi.



**GAMBAR 4.2**  
**ATRAKSI SEKATEN**

Sumber: Dokumentasi Keraton, 2005

c. Gerebeg Mulud

Setelah sepekan kedua gamelan ditabuh, perayaan Sekaten ditutup dengan dikeluarkannya gunungan, yakni gunungan jaler (laki-laki) dan gunungan esteri (perempuan). Sesudah didoakan di Masjid Agung, kedua gunungan tersebut dibagikan kepada masyarakat. Prosesi ini cukup menarik wisatawan, hal ini juga terlihat dari hasil kuesioner yang disebar ke wisatawan bahwa 57% wisatawan yang pernah menyaksikan kegiatan ini. Kondisi ini tentu saja memberikan dukungan terhadap upaya

pengembangan kegiatan wisata kawasan sehingga memperoleh penilaian tinggi

d. Gerebeg Besar Idul Adha

Merupakan upacara tahunan untuk memperingati Perjalanan Haji. Perayaan ini diselenggarakan didepan Masjid Agung Surakarta. Puncak dari perayaan ini terjadi pada saat hajat Dalem Gunungan dibawa dalam proses dari Keraton Surakarta menuju Masjid Agung jam 10.00 WIB. Ritual ini sebenarnya cukup menarik perhatian masyarakat, akan tetapi dari hasil kuesioner yang disebar ke wisatawan menunjukkan bahwa hanya 37% wisatawan yang pernah menyaksikan kegiatan ini.

e. Malem Selikuran

Ritual ini diselenggarakan untuk memperingati Nuzulul Quran. Perayaan ini dimulai pada malam 21 (selikuran) Ramadan dengan sebuah prosesi yang berjalan dari Keraton Surakarta Hadiningrat menuju Taman Sriwedari. Ritual yang dilaksanakan pada bulan Ramadhan ini sangat menarik bagi masyarakat, hal ini juga terlihat dari hasil kuesioner yang disebar ke wisatawan bahwa 63% wisatawan yang pernah menyaksikan kegiatan ini. Kondisi ini tentu saja memberikan dukungan terhadap upaya pengembangan kegiatan wisata kawasan sehingga memperoleh penilaian tinggi.

f. Syawalan

Perayaan syawalan dilakukan setelah hari raya Idhul Fitri, diselenggarakan di kawasan Taman Satwa Taru Jurug, dengan acara utama berupa Larung Gethek Jaka Tingkir. Secara tradisi acara ini sangat diminati oleh masyarakat Solo dan sekitarnya, waktu penyelenggaraan acara yang berdekatan dengan libur hari raya Idhul Fitri, selalu menarik perhatian masyarakat untuk mengikuti/ menyaksikan ritual ini. Hal ini juga terlihat dari hasil kuesioner yang disebar ke wisatawan bahwa 55% wisatawan yang pernah menyaksikan kegiatan ini. Kondisi ini tentu saja memberikan dukungan terhadap upaya pengembangan kegiatan wisata kawasan sehingga memperoleh penilaian tinggi.

g. Museum Keraton

Museum yang terletak di samping sebelah timur keraton ini, menyimpan berbagai ragam benda bersejarah koleksi keraton, diantaranya kereta kencana yang biasa ditunggangi raja terbuat dari lapisan emas, bermacam-macam persenjataan perang, koleksi busana keraton, koleksi photo keraton dan masih banyak lagi. Sebagian besar wisatawan atau 97% selalu menyempatkan untuk melihat-lihat berbagai koleksi yang ada di museum ini.



**GAMBAR 4.3.**  
**TERAS DEPAN MUSEUM KERATON SURAKARTA**  
Sumber : Dokumentasi Peneliti. 2005



**GAMBAR 4.4**  
**TERAS BELAKANG MUSEUM KERATON SURAKARTA**  
Sumber : Dokumentasi Peneliti. 2005



**GAMBAR 4.5**  
**HALAMAN TENGAH MUSEUM KERATON SURAKARTA**  
Sumber : Dokumentasi Peneliti. 2005



**GAMBAR 4.6**  
**KERETA KENCANA KERATON**  
**SURAKARTA**

Sumber : Dokumentasi Peneliti. 2005



**GAMBAR 4.7**  
**LUKISAN RAJA DAN KURSI ANTIK**  
**KOLEKSI MUSEUM KERATON**  
**SURAKARTA**

Sumber : Dokumentasi Peneliti. 2005



**GAMBAR 4.8**  
**RUANG DALAM MUSEUM KERATON**  
**SURAKARTA**

Sumber : Dokumentasi Peneliti. 2005



**GAMBAR 4.9**  
**ANEKA TOPENG KOLEKSI MUSEUM**  
**KERATON SURAKARTA**

Sumber : Dokumentasi Peneliti. 2005

#### h. Bangunan dan Arsitektur Keraton Surakarta Hadiningrat

Keraton Surakarta Hadiningrat yang menempati kawasan seluas 8 ha ini, penuh dengan berbagai bangunan bersejarah dengan arsitektur yang klasik dan menarik. Bagian teras depan keraton yakni Kamandungan dengan ukir dan lukisan kayunya yang unik, Songgo Buwono tempat bersemedi raja, Sasono Sewoko, Sasono Hondrowino, Gerbang Sri Manganti dan masih banyak lagi. Sebagai inti dari wisata budaya ini, maka semua wisatawan pernah menyaksikan kegiatan ini. Namun tidak semua bangunan bersejarah yang ada di keraton bisa dilihat dan diakses oleh wisatawan, hal ini karena budaya dan peraturan yang masih dipegang teguh oleh pihak keraton.



**GAMBAR 4.10**  
**PENDOPO BUAT GAMELAN**

Sumber : Dokumentasi Peneliti. 2005



**GAMBAR 4.11**  
**GEDUNG MAEROKOTO KERATON**  
**SURAKARTA**

Sumber : Dokumentasi Peneliti. 2005

**TABEL IV.1**  
**ANALISIS PENAWARAN ATRAKSI WISATA**

No	Atraksi	Penjelasan	Nilai		Skor
			Tinggi	Rendah	
1	Kirab pusaka	dari hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa 70% responden pernah mengikuti (melihat) prosesi upacara ini	x	-	2
2	Sekaten	dari hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa 67% responden pernah mengikuti (melihat) prosesi upacara ini	x	-	2
3	Gerebeg Mulud	dari hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa 57% responden pernah mengikuti (melihat) prosesi upacara ini	x	-	2
4	Gerebeg Besar Idul Adha	dari hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa 37% responden pernah mengikuti (melihat) prosesi upacara ini	-	x	1
5	Selikuran	dari hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa 63% responden pernah mengikuti (melihat) prosesi upacara ini	x	-	2
6	Syawalan	dari hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa 55% responden pernah mengikuti (melihat) prosesi upacara ini	x	-	2
7.	Museum Keraton	Hampir semua wisatawan yang berkunjung ke keraton, 97% wisatawan pernah	x	-	2

		menyaksikan koleksi museum ini.			
8.	Bangunan dan Arsitektur Keraton	Keunikan dan keindahan arsitektur keraton sangat menarik wisatawan dan menjadi modal utama dalam wisata budaya ini.	x	-	2
<b>Jumlah</b>					<b>15</b>

*Sumber : hasil analisis 2005.*

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa untuk atraksi wisata yang ditawarkan memperoleh nilai tinggi, dimana sebagian besar wisatawan atau lebih dari 50% pernah menyaksikan atraksi tersebut. Hanya untuk atraksi Gerebeg Besar Idul Adha memperoleh nilai rendah karena hanya 37% wisatawan yang pernah menyaksikan atraksi tersebut.

#### **4.1.2 Sarana Wisata**

Secara umum sarana wisata yang ada di sekitar Kawasan Keraton Surakarta Hadiningrat terdiri dari hotel (penginapan), rumah makan dan toko souvenir. Keberadaan sarana wisata tersebut secara umum sangat mendukung aktifitas pariwisata di sekitar keraton. Lokasi penginapan berada tersebar di Kota Surakarta, terutama di jalur – jalur utama Kota Surakarta, beberapa penginapan bahkan berada di sekitar keratin. Selain hotel, beberapa sarana wisata pendukung lainnya yang ada di sekitar Kawasan Wisata Keraton Surakarta Hadiningrat adalah keberadaan rumah makan dan toko souvenir. Kedua sarana pendukung tersebut secara umum cukup menarik perhatian para wisatawan, karena keragaman jenis makanan maupun souvenir khas Surakarta yang ditawarkannya.



**GAMBAR 4.12.**  
**PUSAT PERBELANJAAN YANG ADA DI KAWASAN KERATON**

Sumber : Dokumentasi Peneliti. 2005

Jumlah penginapan (hotel) di Surakarta sangat memadai, terdapat 14 (empat belas) hotel berbintang dan 107 (seratus tujuh) hotel non bintang (melati). Jumlah kamar hotel berbintang sebanyak 1.010 (seribu sepuluh) kamar dengan tingkat hunian 48,33 % (th 2004) dan hotel non bintang sebanyak 2.171 (dua ribu seratus tujuh puluh satu) kamar dengan tingkat hunian 51,21 % (th 2004). Sedangkan jika dilihat dari tingkat hunian rata – rata pada periode tahun 2000-2004 untuk hotel berbintang sebesar 47,63 % dan untuk hotel non bintang sebesar 52,11 %.

Menurut Prastowo (2000 : 108) standard tingkat hunian kamar yang rendah adalah 0% - 41% dan tingkat hunian kamar yang tinggi adalah diatas 41 %. Sehingga dengan kondisi tingkat hunian hotel berbintang maupun non bintang seperti diatas, sarana wisata hotel di Kota Surakarta pada periode 2000-2004 dikategorikan memiliki nilai yang tinggi.



**GAMBAR 4.13**  
**DERETAN TOKO SOUVENIR DAN TEMPAT PARKIR DI ALUN-ALUN UTARA**

Sumber: Dokumentasi Peneliti. 2005

Untuk sarana wisata yang lain, yaitu toko souvenir, tempat belanja, pemandu wisata dan fasilitas sosial lainnya cukup tersedia dengan baik. Di sekitar kawasan wisata ini banyak terdapat toko souvenir yang menyediakan berbagai macam kerajinan tangan dan cinderamata khas Solo, misalnya keris, wayang, hiasan dinding, tombak dan lain-lain. Pusat perbelanjaan juga banyak terdapat di kawasan ini, yaitu Pasar Klewer yang menjual aneka kain batik tradisional, Pusat Grosir Solo dan Beteng Trade Center. Di sekitar kawasan wisata keraton hanya terdapat beberapa buah warung makan sederhana dengan kondisi yang tidak representatif sehingga bagi para pengunjung yang ingin melepas lapar dan dahaga harus berjalan beberapa meter dari obyek wisata.

Pemandu wisata ini sangat diperlukan untuk memberi penjelasan kepada semua wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata. Dalam hal ini pihak pengelola keraton sudah menyediakan beberapa pemandu wisata sekitar 10 orang untuk mendampingi para wisatawan selama berwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat tanpa dipungut biaya.



**GAMBAR 4.14**  
**KIOS SOUVENIR DI DEPAN LOKET**

Sumber: Dokumentasi Peneliti. 2005

**TABEL IV.2**  
**ANALISIS PENAWARAN SARANA WISATA**

No	Sarana Wisata	Penjelasan	Nilai		Skor
			Tinggi	Rendah	
1	Hotel Berbintang	Tingkat hunian periode Tahun 2000 – 2004 sebesar 47,63% (lebih besar dari standar tingkat hunian tinggi yaitu diatas 41%)	x	-	2
2	Hotel Non Bintang	Tingkat hunian periode Tahun 2000 – 2004 sebesar 52,11% (lebih besar dari standar tingkat hunian tinggi yaitu diatas 41%)	x	-	2
3.	Toko Souvenir	Disepanjang sisi timur alun-alun utara dengan mudah wisatawan akan mendapatkan deretan toko-toko souvenir yang menjual berbagai benda kerajinan tangan dan cinderamata khas Solo.	x	-	2

4.	Pusat Perbelanjaan	Di Kawasan ini terdapat Pasar Klewer, Pusat Grosir Solo, Beteng Trade Center.	x	-	2
5.	Warung Makan	Disekitar kawasan wisata keraton hanya sedikit warung makan yang cukup representatif dan tidak ada warung makan dalam obyek wisata.	-	x	1
6.	Pemandu Wisata	Pihak pengelola menyediakan pemandu wisata kepada setiap wisatawan yang berkunjung ke keraton tanpa dipungut biaya. Ada sekitar 10 orang pemandu wisata setiap harinya yang disediakan pengelola.	x	-	2
<b>Jumlah</b>			-	-	11

Sumber : hasil analisis 2005

Hasil analisis untuk sarana wisata juga memperoleh nilai tinggi, kecuali untuk sarana makan dan minum memperoleh nilai rendah, karena di lingkungan keraton tidak terdapat warung makan dan hanya sedikit warung makan di kawasan ini serta 71% menyatakan mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan makan dan minum.

#### 4.1.3 Aksesibilitas

Peranan transportasi sebagai sarana penghubung sangatlah penting bagi kegiatan pariwisata. Secara umum tingkat aksesibilitas Kota Surakarta dan Kawasan Pariwisata Keraton Surakarta Hadiningrat sangatlah bagus. Untuk menuju Kota Surakarta dapat ditempuh melalui perjalanan darat via bus maupun kereta api dan perjalanan udara via Bandara Udara Adi Sumarmo. Sedangkan untuk menuju Keraton Surakarta yang lokasinya berada di sekitar jalur utama

Kota Surakarta (koridor Jl. Slamet Riyadi) selain dapat ditempuh dengan kendaraan pribadi juga tersedia beberapa moda angkutan (angkutan kota, bis kota, taksi serta becak). Keberagaman akses tersebut tentu saja merupakan faktor yang dapat meningkatkan daya tarik wisata di Keraton Surakarta. Kondisi dari aksesibilitas tiap-tiap moda transportasi di Kota Surakarta adalah sebagai berikut:

a. Bis Antar Kota

Jumlah Perusahaan Bis antar kota yang beroperasi di Kota Surakarta sangatlah banyak yaitu sekitar 23 perusahaan, dengan jumlah armada bis sebanyak 720 bus yang terdiri dari 240 bus AC dan sisanya 480 bus non AC. Letak Surakarta yang strategis menyebabkan kota ini dilalui oleh bus dengan rute yang beragam, mulai dari lintas barat sampai timur Pulau Jawa bahkan luar Jawa. Dari data realisasi rata-rata perhari jumlah bis antar kota yang beroperasi di Terminal Tirtonadi Surakarta sebanyak 3000 bis menunjukkan bahwa moda angkutan ini sangatlah mencukupi untuk menunjang aktifitas di Surakarta khususnya pariwisata, sehingga memperoleh penilaian tinggi.

b. Kereta Api

Jalur Kereta Api Kota Surakarta dalam sistem transportasi kereta api di Pulau Jawa termasuk dalam jalur selatan. Terdapat 5 rute kereta yang beroperasi di Stasiun Balapan Solo yaitu rute dari Surakarta menuju Jakarta, Bandung, Surabaya, Malang serta Yogyakarta. Frekuensi keberangkatan kereta dari Kota Surakarta ke beberapa Kota tersebut cukup tinggi dengan rata – rata diberangkatkan 4 – 5 kereta ke masing-masing

tujuan diatas (kecuali malang, yang hanya 1x sehari). Kondisi ini tentu saja memberikan dukungan terhadap aksesibilitas kawasan sehingga memperoleh penilaian tinggi.

c. Pesawat Terbang

Keberadaan Bandara Adi Sumarmo di Kota Surakarta merupakan nilai lebih bagi pariwisata Surakarta. Status bandara yang internasional tentu saja memberikan akses yang luas bagi masyarakat untuk berwisata ke Kota Surakarta. Namun untuk sebuah bandara internasional, frekuensi penerbangan yang ada masih sedikit, rute yang dilayani untuk penerbangan domestik hanya ada jalur Surakarta – Jakarta PP (setiap hari diberangkatkan) sedang jalur Internasional adalah Surakarta – Singapura PP (seminggu 2 x) yang dilayani oleh 4 maskapai penerbangan. Kondisi ini tentu saja belum optimal dalam memberikan dukungan terhadap aksesibilitas kawasan sehingga memperoleh penilaian rendah.

d. Angkutan Dalam Kota

Untuk angkutan dalam kota, beberapa moda angkutan yang tersedia di Kota Surakarta yang dapat dimanfaatkan untuk mengunjungi Kawasan Wisata Keraton Surakarta adalah sebagai berikut:

1. Angkutan Kota

Terdapat 3 rute angkutan kota yang melewati kawasan Wisata Keraton Surakarta yaitu rute Kartasura-Palur dan Kartasura-Pasar Klewer dengan jalur dari berbagai sudut kota, yaitu jalur 01A, 02 dan jalur 06. Jumlah armada angkutan kota tersebut sekitar 100

buah. Kondisi ini cukup memberikan dukungan terhadap aksesibilitas kawasan sehingga memperoleh penilaian tinggi.



**GAMBAR 4.15**  
**ANGKUTAN KOTA**  
**YANG MELEWATI KAWASAN KERATON**

Sumber : Dokumentasi Peneliti. 2005

## 2. Bis Kota

Untuk moda bis kota yang melewati kawasan Wisata Keraton Surakarta sangat beragam dengan rute dari berbagai penjuru kota dan dengan jumlah armada yang mencukupi sekitar 150 bis. Jalur bis kota ini bisa melalui keraton dari berbagai arah. Kondisi ini tentu saja cukup memberikan dukungan terhadap aksesibilitas kawasan sehingga memperoleh penilaian rendah.

## 3. Taxi

Jumlah perusahaan taxi yang beroperasi di Kota Surakarta adalah sebanyak 5 buah. Total armada yang beroperasi di wilayah Surakarta adalah sebanyak 440 taxi, dengan mobil yang cukup bagus dan representatif dan kebanyakan keluaran tahun diatas 2000. Kondisi ini tentu saja memberikan dukungan terhadap aksesibilitas kawasan sehingga memperoleh penilaian tinggi.

#### 4. Becak

Becak merupakan mode favorit bagi masyarakat Surakarta maupun wisatawan, sifatnya yang fleksibel dan dengan biaya yang relatif murah merupakan nilai lebih dari moda ini. Melalui observasi lapangan diperkirakan jumlah becak yang beroperasi di sekitar kawasan tersebut sebanyak 100 becak. Kondisi ini tentu saja memberikan dukungan terhadap aksesibilitas kawasan sehingga memperoleh penilaian tinggi.



**GAMBAR 4.16**

**BECAK SELALU TERSEDIA DI PINTU MASUK DAN KELUAR**

Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2005

c. Akses Menuju Lokasi Wisata Keraton.

Keraton Surakarta Hadiningrat terletak ditengah-tengah kota dan mudah dalam aksesibilitasnya. Bisa dijangkau dengan kendaraan umum yang

tersedia dengan baik, kendaraan pribadi maupun jalan kaki. Hal ini tentunya mengun tungkan wisatawan dalam segi penghematan waktu dan juga kenyamanan.



**GAMBAR 4.17**  
**JALAN AKSES LANGSUNG KE KERATON**  
 Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2005

**TABEL IV.3**  
**ANALISIS PENAWARAN AKSESIBILITAS**

No	Moda Angkutan	Penjelasan	Nilai		Skor
			Tinggi	Rendah	
1	Bus Antar Kota	Dari data realisasi rata – rata perhari jumlah bis antar kota yang beroperasi di Terminal Tirtanadi Surakarta sebanyak 3000 bis menunjukkan bahwa moda angkutan ini sangatlah mencukupi untuk menunjang aktifitas di Surakarta khususnya pariwisata	x	-	2
2	Kereta Api	Frekuensi keberangkatan kereta dari Kota Surakarta ke beberapa Kota tersebut cukup tinggi dengan rata – rata diberangkatkan 2 – 5 kereta ke masing – masing tujuan (Jakarta, Surabaya, Semarang, Bandung, Yogyakarta kecuali Malang, yang hanya 1x sehari)	x	-	2

No	Moda Angkutan	Penjelasan	Nilai		Skor
			Tinggi	Rendah	
3	Pesawat Terbang	Rute yang dilayani untuk penerbangan domestik hanya 1 jalur Surakarta – Jakarta PP (setiap hari diberangkatkan) sedang jalur Internasional adalah Surakarta – Singapura PP (seminggu 2 x) yang dilayani oleh 4 maskapai penerbangan.	-	x	1
4	Angkutan Kota	3 trayek angkutan kota yang melewati kawasan Wisata Keraton Surakarta yaitu trayek kartasura – palur dan kartasura – pasar klewer dengan berbagai rute. Jumlah armada angkutan kota tersebut sekitar 100 buah	x		2
5	Bis Kota	Rute bis kota yang melewati kawasan Wisata Keraton Surakarta sangat banyak dari berbagai penjuru kota. Jumlah armada bus kota sekitar 150 buah	x	-	2
6	Taxi	Total armada yang beroperasi di wilayah Surakarta adalah sebanyak 440 taxi, dengan kondisi mobil yang bagus dan keluaran tahun diatas 2000.	x	-	2
7	Becak	mode favorit bagi masyarakat Surakarta maupun wisatawan, sifatnya yang fleksibel dan dengan biaya yang relatif murah, diperkirakan jumlah becak yang beroperasi di sekitar kawasan tersebut sebanyak 100 becak	x	-	2
8.	Akses ke keraton	lokasi keraton yang dipusat kota sangat mudah untuk	x	-	2

No	Moda Angkutan	Penjelasan	Nilai		Skor
			Tinggi	Rendah	
		diakses, baik dengan kendaraan umum, pribadi maupun jalan kaki.			
<b>Jumlah</b>			-	-	15

*Sumber : hasil analisis 2005*

Hasil analisis aksesibilitas memperoleh nilai tinggi, kecuali untuk sarana transportasi udara memperoleh nilai rendah karena sebagai sebuah bandara internasional, frekuensi penerbangannya sangat sedikit sehingga kurang mendukung dalam aksesibilitas yang luas.

#### **4.1.4 Informasi dan Promosi Wisata**

Kegiatan promosi dan informasi wisata merupakan kegiatan yang tidak dapat ditinggalkan dalam rangka pengembangan suatu obyek wisata. Kota Surakarta sudah memiliki Pusat Informasi Pariwisata yang berada di Kantor Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya, namun demikian kegiatan promosi dan informasi ini juga perlu dilakukan melalui kerjasama dengan pihak – pihak swasta yang berhubungan dengan dunia pariwisata. Beberapa media dan sarana yang selama ini telah menjadi bagian dari kegiatan promosi-informasi ini adalah :

a. Brosur/ Leaflet

Brosur/ leaflet adalah informasi sederhana dalam bentuk selebaran kertas yang berisi informasi – informasi menarik dari suatu obyek wisata dibagikan pada wisatawan atau calon wisatawan. Bentuk promosi ini merupakan media yang paling lazim digunakan dalam rangka promosi. Beberapa upaya yang dilakukan oleh pemerintah melalui penyebaran brosur informasi dan promosi pariwisata di Surakarta umumnya dan

Keraton Surakarta pada khususnya di lokasi – lokasi strategis dimana banyak wisatawan berada seperti hotel, bandara udara, tempat – tempat pusat perbelanjaan, biro wisata dan di kantor Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya.

b. Media Massa

Selain brosur promosi melalui media massa juga merupakan cara yang sangat efektif. Bentuk – bentuk promosi melalui media massa tidak hanya berupa iklan informasi kegiatan maupun keberadaan pariwisata, namun dapat juga berupa artikel – artikel yang mengupas kondisi obyek wisata. Selain itu juga dapat melalui liputan media televisi terhadap kondisi obyek wisata. Deskripsi dan gambaran yang menarik dari artikel dan tayangan itu dapat menarik perhatian pembaca dan pemirsa (calon wisatawan) untuk berkunjung ke obyek wisata dalam hal ini Kota Surakarta pada umumnya dan Keraton Surakarta pada khususnya. Namun tulisan atau berita mengenai obyek wisata yang ada di Kota Solo masih terbilang sedikit baik itu di koran maupun televisi.

c. Pameran

Pameran wisata sebenarnya adalah media promosi yang sangat baik, namun demikian selama ini berdasarkan hasil interview dengan pemerintah maupun pihak keraton kegiatan ini belum dapat dilakukan secara intensif. Selama ini kegiatan pameran sebagian besar hanya dilakukan di Kota Surakarta sendiri dalam even – even tertentu. Pihak pemerintah Kota Surakarta maupun Keraton Surakarta belum dapat secara

rutin mengikuti pameran – pameran produk wisata di Luar Kota Surakarta bahkan di luar negeri, padahal potensinya sangat besar namun keterbatasan anggaran menjadi hambatan pelaksanaan kegiatan ini. Kondisi ini tentu saja kurang memberikan dukungan terhadap upaya kegiatan promosi kawasan sehingga memperoleh penilaian rendah.

c. Website

Website adalah media informasi yang bagus dengan biaya yang dapat dikatakan relatif murah jika dilihat dari cakupan masyarakat yang dapat dijangkau yaitu masyarakat di seluruh dunia yang dapat mengakses jaringan internet. Selama ini sudah terdapat beberapa situs internet yang turut serta mempromosikan aktifitas pariwisata ini. Selain situs resmi pemerintah surakarta ( [www.surakarta.go.id](http://www.surakarta.go.id) ) terdapat pula situs – situs yang memuat informasi pariwisata keraton surakarta semisal, yaitu ( [www.javapalace.com](http://www.javapalace.com) ) dan ( [www.solonet.com](http://www.solonet.com) ). Keberadaan situs – situs ini tentu saja akan sangat bermanfaat untuk membawa potensi pariwisata Kota Surakarta pada umumnya dan Keraton Surakarta pada khususnya ke tingkat internasional.

**TABEL IV.4**  
**ANALISIS PENAWARAN INFORMASI DAN PROMOSI WISATA**

No	Media Promosi	Penjelasan	Nilai		Skor
			Tinggi	Rendah	
1	Brosur/ Leaflet	Penyebaran brosur informasi dan promosi pariwisata yang ada di Surakarta sudah dilakukan cukup maksimal di lokasi – lokasi strategis dimana banyak wisatawan berada, misalnya hotel, pusat	x	-	2

		belanja, kantor pariwisata, biro wisata dan di bandara			
2	Media Massa	Masih sedikitnya ulasan maupun berita mengenai pariwisata di Surakarta baik itu melalui koran maupun televisi sehingga promosi dan informasi melalui media ini masih perlu untuk ditingkatkan lagi.	-	x	1
3	Pameran	Selama ini berdasarkan hasil interview dengan pengelola keraton kegiatan ini belum dapat dilakukan secara intensif. keterbatasan anggaran menjadi hambatan pelaksanaan kegiatan ini.	-	x	1
4	Website	Sudah terdapat beberapa situs internet yang turut serta mempromosikan aktifitas pariwisata ini yaitu ( <a href="http://www.surakarta.go.id">www.surakarta.go.id</a> ) ( <a href="http://www.solonet.com">www.solonet.com</a> ) ( <a href="http://www.javapalace.com">www.javapalace.com</a> ).	x	-	2
<b>Jumlah</b>					<b>6</b>

*Sumber : hasil analisis 2005*

Hasil analisis promosi dan informasi wisata untuk penawaran wisata, memperoleh penilaian rendah, terutama untuk sarana promosi melalui media massa dan pameran. Karena keterbatasan dana menjadi penyebab kurang optimalnya promosi dan informasi yang dilakukan.

#### **4.1.5 Kesimpulan Analisis Penawaran**

Analisis penawaran wisata sebanyak 4 (empat) jenis komponen produk wisata dengan jumlah variabel total sebanyak 26 variabel. Setiap variabel

mempunyai nilai T (tinggi) dengan skor 2 dan yang mempunyai nilai R (rendah) dengan skor 1. Untuk kesimpulan hasil penawaran, penentuan range antara rendah dan tinggi berdasarkan jumlah skor maksimal dan minimal. Dengan jumlah variabel 26 maka skor maksimal adalah 52 sedang skor minimal 26 nilai tengah adalah 39. Berarti jika skor total lebih kecil sama dengan 39 maka skor total rendah apabila lebih dari 39 skor total tinggi.

**TABEL IV.5**  
**REKAPITULASI NILAI PENAWARAN WISATA**

No	Komponen	Variabel	SKOR
1	Sarana Wisata	6	11
2	Aksesibilitas	8	15
3	Informasi & Promosi Wisata	4	6
4	Atraksi Wisata	8	15
Total		26	47

*Sumber : hasil analisis 2005*

Berdasarkan tabel diatas, skor yang didapat adalah 47. Hasil analisis Penawaran Wisata tersebut lebih dari 39 berarti mendapat nilai tinggi. Dengan demikian keseluruhan dapat dikatakan komponen penawaran wisata di Keraton Surakarta cukup mendukung terhadap pengembangan pariwisata Surakarta pada umumnya dan Keraton Surakarta Hadiningrat pada khususnya. Untuk beberapa komponen wisata yang memperoleh nilai rendah, yaitu atraksi Gerebeg Idhul Adha, sarana warung makan, sarana transportasi melalui pesawat terbang dan media promosi melalui media massa dan pameran perlu menjadi perhatian dari pengelola dan juga Pemerintah Kota Surakarta dalam mengambil kebijakan supaya nantinya kelemahan yang ada dapat menjadi kekuatan dalam mendukung potensi pariwisata.



## **4.2 Analisis Permintaan Wisata**

Komponen permintaan wisatawan lokal akan memberikan penilaian terhadap produk-produk wisata di Keraton Surakarta pada khususnya dan Kota Surakarta pada umumnya, berdasarkan karakteristik serta pola permintaan. Kondisi tersebut nantinya akan dibandingkan dengan aspek penawaran apakah ada perbedaan atau kesesuaian diantara keduanya.

### **4.2.1 Atraksi wisata**

Potensi wisata di Keraton Surakarta Hadiningrat sangatlah beragam, selain berupa peninggalan-peninggalan bangunan, senjata, kereta kuda serta peninggalan fisik lainnya, juga terdapat peninggalan-peninggalan non fisik berupa nilai-nilai kebudayaan yang luhur. Potensi inilah yang akan menjadi daya tarik utama bagi

wisatawan untuk berkunjung ke kawasan ini. Namun demikian seperti lazimnya upacara-upacara tradisional terkadang terkesan kurang beraturan, walaupun persiapan sudah dilaksanakan maksimal, namun sebagian besar responden menganggap kondisi yang ada belum cukup maksimal. Hasil dari responden adalah sebagai berikut:

**TABEL IV.6**  
**ANALISIS PERMINTAAN ATRAKSI WISATA**

No	Atraksi	Penjelasan	Nilai		Skor
			Tinggi	Rendah	
1	Kirab pusaka	57% responden yang menganggap atraksi ini menarik dan berkesan, sehingga mendapat penilaian tinggi	x	-	2
2	Sekaten	23% responden yang menganggap atraksi ini menarik dan berkesan, sehingga mendapat penilaian rendah	-	x	1
3	Gerebeg Mulud	31% responden yang menganggap atraksi ini menarik dan berkesan, sehingga mendapat penilaian rendah	-	x	1
4	Gerebeg Besar Idul Adha	26% responden yang menganggap atraksi ini menarik dan berkesan, sehingga mendapat penilaian rendah	-	x	1
5	Selikuran	41% responden yang menganggap atraksi ini menarik dan berkesan, sehingga mendapat penilaian rendah	-	x	1

6	Syawalan	33% responden yang menganggap atraksi ini menarik dan berkesan, sehingga mendapat penilaian rendah	-	x	1
7.	Museum Keraton	80% responden menganggap atraksi ini menarik dan berkesan sehingga mendapat penilaian tinggi	x	-	2
8.	Bangunan dan Arsitektur Keraton	90% responden menganggap berbagai bangunan keraton menarik dan berkesan sehingga mendapat penilaian tinggi	x	-	2
<b>Jumlah</b>					<b>11</b>

*Sumber : hasil analisis 2005*

Dari hasil analisis permintaan atraksi wisata dari 8 variabel yang diteliti, berarti skor maksimal 16, skor minimal 8 dan nilai tengah 12. skor yang diperoleh untuk atraksi wisata adalah 11 yang berarti memperoleh nilai rendah. Untuk itu perlu langkah-langkah nyata dari pengelola dalam mengemas atraksi yang ditampilkan supaya lebih menarik dan berkesan.

#### **4.2.2 Sarana Wisata**

Sarana wisata yang ada di sekitar Kawasan Keraton Surakarta Hadiningrat terdiri dari hotel (penginapan), rumah makan dan toko souvenir. Keberadaan sarana wisata tersebut secara umum sangat mendukung aktifitas pariwisata di sekitar Keraton Surakarta. Namun demikian perlu pula diperhatikan keinginan – keinginan dan kebutuhan wisatawan akan sarana pariwisata. Aspirasi dari wisatawan harus dilihat sebagai salah satu penentuan standard pelayanan

minimal. Dari hasil kuesioner yang diberikan kepada wisatawan secara umum wisatawan menganggap kondisi sarana pariwisata di Surakarta khususnya hotel berbintang 52% masyarakat menganggap kondisinya baik sisanya cukup dan kurang baik. Untuk sarana hotel non bintang didapatkan hasil bahwa hanya 29% responden yang menganggap baik, 12% menganggap cukup baik dan sisanya 59% menganggap buruk. Hasil jejak pendapat tersebut harus dilihat sebagai koreksi dari para penyedia jasa hotel baik berbintang maupun non bintang terutama untuk mengetahui alasan dari jawaban tersebut. Kondisi ini tentu saja memberikan dukungan yang baik untuk hotel berbintang (skor tinggi) dan buruk untuk hotel non bintang (skor rendah) terhadap aspek sarana wisata.

Disamping akomodasi, sarana wisata lain yakni pusat perbelanjaan, warung makan dan toko souvenir di sekitar obyek wisata akan sangat membantu dalam menarik kunjungan wisatawan. Dari fasilitas yang disediakan, 53% wisatawan pernah berbelanja di toko souvenir, 67% di pusat perbelanjaan dan 23% singgah di warung makan.

Keberadaan guide atau pemandu wisata ini sangat diperlukan untuk memberi penjelasan kepada semua wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata. Dalam hal ini pihak pengelola keraton sudah menyediakan beberapa pemandu wisata sekitar 10 orang untuk mendampingi para wisatawan selama berwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat tanpa dipungut biaya. Dan 80% wisatawan memanfaatkan fasilitas ini.

**TABEL IV.7**  
**ANALISIS ASPEK PERMINTAAN SARANA WISATA**

No	Sarana Wisata	Penjelasan	Nilai		Skor
			Tinggi	Rendah	
1	Hotel Berbintang	Untuk sarana hotel berbintang 52% masyarakat menganggap kondisinya baik sisanya cukup dan kurang baik	x	-	2
2	Hotel Non Bintang	Untuk sarana hotel non bintang didapatkan hasil bahwa hanya 29% responden yang menganggap baik, 12% menganggap cukup baik dan sisanya 59% menganggap buruk	-	x	1
3.	Toko Souvenir	53% wisatawan memanfaatkan sarana wisata ini untuk berbelanja barang cinder mata khas Solo	x	-	2
4.	Pusat Perbelanjaan	67% wisatawan menyempatkan untuk mengunjungi pusat perbelanjaan yang ada di kawasan ini	x	-	2
5.	Warung Makan	23% wisatawan menyempatkan untuk makan dan minum di warung makan yang terdapat di sekitar kawasan ini.	-	x	1
6.	Pemandu Wisata	Pihak pengelola menyediakan pemandu wisata kepada setiap wisatawan yang berkunjung ke keraton tanpa dipungut biaya dan hampir 80% wisatawan memanfaatkan jasa ini.	2	-	2
<b>Jumlah</b>			-	-	10

Sumber : hasil analisis 2005

Dari hasil analisis permintaan sarana wisata dari 6 variabel yang diteliti, berarti skor maksimal 12, skor minimal 6 dan nilai tengah 9. skor yang diperoleh untuk sarana wisata adalah 10 yang berarti memperoleh nilai tinggi.

#### **4.2.3 Aksesibilitas**

Secara umum keberadaan fasilitas transportasi di Kota Surakarta pada umumnya sudah cukup baik. Kondisi ini dapat dilihat dari sisi eksternal artinya angkutan yang menghubungkan Kota Surakarta dengan kota – kota lainnya, maupun internal Kota Surakarta (angkutan yang melayani pergerakan internal di Kota Surakarta) termasuk rute – rute menuju Kawasan Wisata Keraton Surakarta. Namun demikian kondisi ini tidak menjamin persepsi wisatawan atas pelayanan fasilitas transportasi ini bagi mereka, berdasarkan hasil kuesioner berikut ini beberapa hasil yang didapatkan dari pendapat wisatawan terhadap pelayanan fasilitas transportasi (aksesibilitas) baik eksternal maupun internal:

a. Bis Antar Kota

Dengan jumlah armada bis sebanyak 720 bus yang terdiri dari 240 bus AC dan sisanya 480 bus non AC. Di Terminal Tirtonadi setiap hari ada kurang lebih 3000 bis yang keluar masuk terminal dari dan ke berbagai kota di Indonesia. Wisatawan merasakan bahwa aksesibilitas ke Surakarta melalui moda ini sangatlah memuaskan artinya baik dalam segi pelayanan maupun kemudahan mendapatkan pelayanan fasilitas bus antar kota ini. Dari hasil kuesioner didapatkan 75% wisatawan merasa puas atas kinerja bis antar kota, sehingga memperoleh penilaian tinggi.

b. Kereta Api

6 rute kereta yang beroperasi di Stasiun Balapan Solo yaitu rute dari Surakarta menuju Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Malang serta Yogyakarta dengan Frekuensi keberangkatan kereta rata – rata diberangkatkan 2 – 5 kereta ke masing – masing tujuan diatas (kecuali malang, yang hanya 1x sehari). Kondisi ini ternyata belum cukup memberikan kepuasan kinerjanya, masyarakat masih merasakan keterlambatan jadwal kedatangan maupun keberangkatan merupakan alasan mereka menilai bahwa kinerja mode ini kurang memuaskan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil kuesioner bahwa 54% responden merasa pelayanan moda ini belum memuaskan, sehingga memperoleh nilai rendah.

c. Pesawat Terbang

Selama ini rute yang dilayani untuk penerbangan di Bandara Adisumarmo domestik hanyalah jalur Surakarta-Jakarta PP (setiap hari diberangkatkan) sedang jalur Internasional adalah Surakarta-Singapura PP (seminggu 2 x) yang dilayani oleh 4 maskapai penerbangan. Dalam waktu dekat juga akan dibuka rute baru Surakarta-Kuala Lumpur. Walau sebenarnya untuk ukuran sebuah bandara internasional, frekuensi penerbangannya masih kurang .Kondisi ini ternyata cukup memuaskan bagi wisatawan, karena sebagian besar wisatawan yang memanfaatkan moda ini menilai kinerjanya cukup bagus (57%), sehingga memperoleh penilaian tinggi.

d. Angkutan dalam Kota

Untuk angkutan dalam kota, beberapa moda angkutan yang tersedia di Kota Surakarta yang dapat dimanfaatkan untuk mengunjungi Kawasan Wisata Kraton Surakarta adalah sebagai berikut:

1. Angkuta Kota

Trayek angkutan kota yang melewati kawasan Wisata Keraton Surakarta yaitu trayek Kartasura – Palur dan Kartasura – Pasar Klewer. Jumlah armada angkutan kota tersebut sekitar 100 buah. Namun demikian pelayanannya masih kurang bagus, 76% wisatawan merasa bahwa pelayanan angkutan kota kurang bagus. Kondisi ini tentu saja kurang memberikan dukungan terhadap aksesibilitas kawasan sehingga memperoleh penilaian rendah.

2. Bis Kota

Trayek yang melewati kawasan Wisata Keraton Surakarta yaitu trayek Kartasura – Palur. Jumlah armada bus kota sebenarnya cukup memadai sekitar 150 buah. Akan tetapi sebagian besar wisatawan menganggap pelayanannya masih kurang bagus, 52% wisatawan merasa bahwa pelayanan bus kota kurang bagus. Kondisi ini tentu saja kurang memberikan dukungan terhadap aksesibilitas kawasan sehingga memperoleh penilaian rendah.

3. Taxi

Total armada yang beroperasi di wilayah Surakarta adalah sebanyak 440 taxi, masyarakat merasa bahwa pelayanan taxi cukup bagus hal ini terlihat dari jumlah responden masyarakat yaitu 81%

menganggap kinerja moda ini bagus. Kondisi ini tentu saja memberikan dukungan terhadap aksesibilitas kawasan sehingga memperoleh penilaian tinggi.

#### 4. Becak

Sebagai moda yang paling faforit dikalangan wisatawan maupun masyarakat, karena sifatnya yang fleksibel dan dengan biaya yang relatif murah merupakan nilai lebih dari moda ini. Hal ini tentu saja memberikan nilai lebih bagi wisatawan, karena sebagian besar responden 72% wisatawan menganggap pelayanan moda ini baik. Kondisi ini tentu saja memberikan dukungan terhadap aksesibilitas kawasan sehingga memperoleh penilaian tinggi.

#### e. Akses Menuju Lokasi Wisata Keraton.

Keraton Surakarta Hadiningrat terletak ditengah-tengah kota dan mudah dalam aksesibilitasnya. Bisa dijangkau dengan kendaraan umum yang tersedia dengan baik, kendaraan pribadi maupun jalan kaki. Hal ini tentunya mengun tungkan wisatawan dalam segi penghematan waktu dan juga kenyamanan.



**TABEL IV.8**  
**ANALISIS AKSESIBILITAS**

No	Moda Angkutan	Penjelasan	Nilai		Skor
			Tinggi	Rendah	
1	Bus Antar Kota	Dari hasil kuesioner didapatkan 75% wisatawan merasa puas atas kinerja bis antar kota, sehingga memperoleh penilaian tinggi	x	-	2
2	Kereta Api	masyarakat masih merasakan keterlambatan jadwal kedatangan maupun keberangkatan merupakan alasan mereka menilai bahwa kinerja mode ini kurang memuaskan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil kuesioner bahwa 54% responden merasa pelayanan moda ini belum memuaskan	-	x	1
3	Pesawat Terbang	Walau frekuensi penerbangan yang ada masih sedikit, namun sebagian besar wisatawan menilai kinerja sarana transportasi ini cukup bagus (57%)	x	-	2
4	Angkutan Kota	Dengan jumlah yang cukup memadai, namun 76% wisatawan merasa bahwa	-	x	1

No	Moda Angkutan	Penjelasan	Nilai		Skor
			Tinggi	Rendah	
		<p>           pelayanan angkutan kota kurang bagus. Kondisi ini tentu saja kurang memberikan dukungan terhadap aksesibilitas kawasan sehingga memperoleh penilaian rendah         </p>			
5	Bis Kota	<p>           Dengan jumlah yang cukup belum menjamin penilaian yang tinggi, wisatawan juga menganggap pelayanannya masih kurang bagus, 52% wisatawan merasa bahwa pelayanan bus kota kurang bagus. Kondisi ini tentu saja kurang memberikan dukungan terhadap aksesibilitas kawasan sehingga memperoleh penilaian rendah         </p>	-	x	1
6	Taxi	<p>           pelayanan taxi cukup bagus hal ini terlihat dari jumlah responden wisatawan yaitu 81% menganggap kinerja moda ini bagus. Kondisi ini tentu saja memberikan dukungan terhadap aksesibilitas kawasan sehingga memperoleh penilaian tinggi         </p>	x	-	2
7	Becak	<p>           karena sebagian besar responden 72% wisatawan menganggap pelayanan moda ini baik. Kondisi ini tentu saja memberikan dukungan terhadap aksesibilitas kawasan sehingga memperoleh penilaian tinggi         </p>	x	-	2
8	Akses Ke Keraton	<p>           sebagian besar responden 85% wisatawan menganggap aksesibilitas ke wilayah keraton baik         </p>	x	-	2

No	Moda Angkutan	Penjelasan	Nilai		Skor
			Tinggi	Rendah	
Jumlah			-	-	13

Sumber : hasil analisis 2005

Dari hasil analisis permintaan aksesibilitas dari 8 variabel yang diteliti, berarti skor maksimal 16, skor minimal 8 dan nilai tengah 12. skor yang diperoleh untuk aksesibilitas adalah 13 yang berarti memperoleh nilai tinggi.

#### 4.2.4 Informasi dan promosi pariwisata

Secara umum telah dilaksanakan kegiatan promosi dan informasi dari pariwisata di Kota Surakarta pada umumnya dan Keraton Surakarta pada khususnya. Beberapa sarana yang digunakan adalah, brosur/leaflet, media massa, pameran website dan penyediaan *guide* atau pemandu wisata.

##### a. Brosur/ Leaflet

Brosur/ leaflet adalah informasi sederhana dalam bentuk selebaran kertas yang berisi informasi-informasi menarik dari suatu obyek wisata dibagikan pada wisatawan atau calon wisatawan. Bentuk promosi ini merupakan media yang paling lazim digunakan dalam rangka promosi. Beberapa upaya telah dilakukan oleh pemerintah melalui penyebaran brosur informasi pariwisata di Surakarta umumnya dan Keraton Surakarta pada khususnya di lokasi – lokasi strategis dimana banyak wisatawan berada seperti hotel, bandara udara, tempat-tempat pusat perbelanjaan, biro wisata dll. Upaya ini dinilai belum cukup berhasil karena hanya sebagian kecil wisatawan (responden) mengetahui informasi kegiatan pariwisata di

Surakarta pada umumnya dan Keraton Surakarta pada khususnya melalui media ini (45%).

b. Media Massa

Selain brosur promosi melalui media massa juga merupakan cara yang sangat efektif. Bentuk-bentuk promosi melalui media massa tidak hanya berupa iklan informasi kegiatan maupun keberadaan pariwisata, namun dapat juga berupa artikel-artikel yang mengupas kondisi obyek wisata. Selain itu juga dapat melalui liputan media televisi terhadap kondisi obyek wisata. Deskripsi dan gambaran yang menarik dari artikel dan tayangan itu masih kurang dalam menarik perhatian pembaca dan pemirsa (calon wisatawan) untuk berkunjung ke obyek wisata dalam hal ini Kota Surakarta pada umumnya dan Keraton Surakarta pada khususnya. Berdasarkan hasil kuesioner wisatawan yang mengetahui keberadaan kawasan wisata ini melalui media massa (12%).

c. Pameran

Pameran wisata sebenarnya adalah media promosi yang sangat baik, namun demikian selama ini berdasarkan hasil interview dengan pemerintah maupun pihak keraton kegiatan ini belum dapat dilakukan secara intensif. Selama ini kegiatan pameran sebagian besar hanya dilakukan di Kota Surakarta sendiri dalam even-even tertentu. Pihak pemerintah Kota Surakarta maupun Keraton Surakarta belum dapat secara rutin mengikuti pameran-pameran produk wisata di Luar Kota Surakarta bahkan di luar negeri, padahal potensinya sangat besar namun keterbatasan

anggaran menjadi hambatan pelaksanaan kegiatan ini. Kondisi ini tentu saja kurang memberikan dukungan terhadap upaya kegiatan promosi kawasan sehingga memperoleh penilaian rendah.

d. Website

Website adalah media informasi yang bagus dengan biaya yang dapat dikatakan relatif murah jika dilihat dari cakupan masyarakat yang dapat dijangkau yaitu masyarakat di seluruh dunia yang dapat mengakses jaringan internet. Selama ini sudah terdapat beberapa situs internet yang turut serta mempromosikan aktifitas pariwisata ini. Selain situs resmi pemerintah surakarta ( [www.surakarta.go.id](http://www.surakarta.go.id) ) terdapat pula situs – situs yang memuat informasi pariwisata keraton surakarta, yaitu ( [www.solonet.com](http://www.solonet.com) ) dan ( [www.javapalace.com](http://www.javapalace.com) ). Keberadaan situs – situs ini tentu saja akan sangat bermanfaat untuk membawa potensi pariwisata Kota Surakarta pada umumnya dan Kraton Surakarta pada khususnya ke tingkat internasional. Namun karena fasilitas ini belum begitu banyak masyarakat yang mengaksesnya sehingga hanya 43% wisatawan mengetahui informasi kegiatan pariwisata di Surakarta pada umumnya dan Keraton Surakarta pada khususnya melalui media ini.

**TABEL IV.9**  
**ANALISIS PERMINTAAN INFORMASI DAN PROMOSI WISATA**

No	Media Promosi	Penjelasan	Nilai		Skor
			Tinggi	Rendah	
1	Brosur/ Leaflet	Penyebaran brosur informasi pariwisata di Surakarta umumnya dan Keraton Surakarta pada khususnya di	-	x	1

		lokasi – lokasi strategis dimana banyak wisatawan berada. Upaya ini dinilai belum cukup berhasil dan hanya sedikit wisatawan yang mengetahui informasi kegiatan pariwisata di Surakarta pada umumnya dan Keraton Surakarta pada khususnya melalui media ini (45%)			
2	Media Massa	Diskripsi dan gambaran yang menarik dari artikel dan tayangan itu masih kurang dalam menarik perhatian pembaca dan pemirsa (calon wisatawan) untuk berkunjung ke obyek wisata. hasil kuesioner wisatawan yang mengetahui keberadaan kawasan wisata ini melalui media massa (12%)	-	x	1
3	Pameran	Selama ini berdasarkan hasil interview dengan pengelola keraton kegiatan ini belum dapat dilakukan secara intensif. keterbatasan anggaran menjadi hambatan pelaksanaan kegiatan ini	-	x	1
4	Website	Sudah terdapat beberapa situs internet yang turut serta mempromosikan aktifitas pariwisata ini. berdasarkan hasil kuesioner juga didapatkan bahwa cukup banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan kawasan wisata ini melalui media internet (43%)	-	x	1
<b>Jumlah</b>					<b>4</b>

Sumber :Hasil Analiss, 2005

Dari hasil analisis permintaan atraksi wisata dari 4 variabel yang diteliti, berarti skor maksimal 8, skor minimal 4 dan nilai tengah 6, skor yang diperoleh untuk promosi dan informasi wisata adalah 4 yang berarti memperoleh nilai rendah.

#### 4.2.5 Kesimpulan Analisis Permintaan

Analisis permintaan wisata sebanyak 4 (empat) jenis komponen produk wisata dengan jumlah variabel total sebanyak 26 variabel. Setiap variabel mempunyai nilai T (tinggi) dengan skor 2 dan yang mempunyai nilai R (rendah) dengan skor 1. Untuk kesimpulan hasil permintaan, penentuan range antara rendah dan tinggi berdasarkan jumlah skor maksimal dan minimal. Dengan jumlah variabel 26 maka skor maksimal adalah 52 sedang skor minimal 26 nilai tengah adalah 39. Berarti jika skor total lebih kecil atau sama dengan 39 maka skor total rendah apabila lebih dari 39 skor total tinggi.

**TABEL IV.10  
REKAPITULASI NILAI**

No	Komponen	Variabel	SKOR
1	Sarana Wisata	6	10
2	Aksesibilitas	8	13
3	Informasi & Promosi Wisata	4	4
4	Atraksi Wisata	8	11
Total		26	38

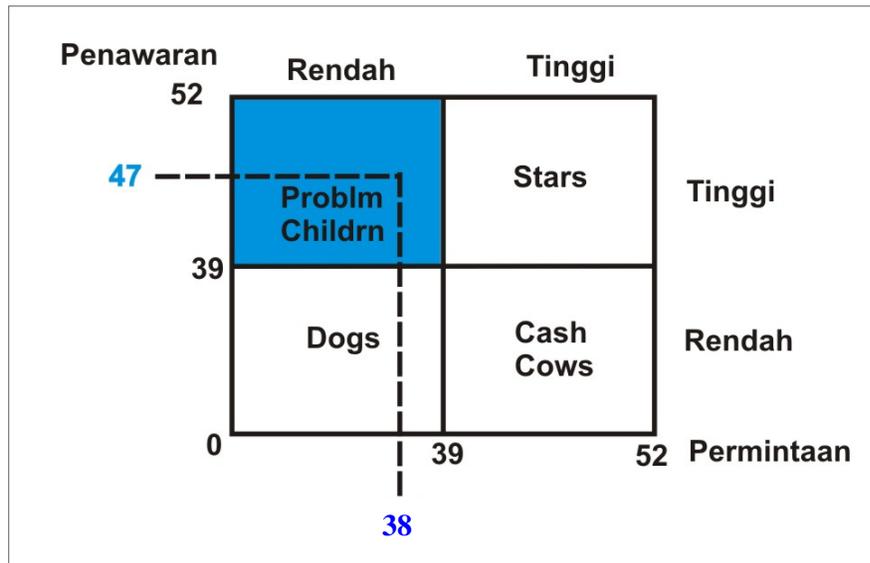
*Sumber : hasil analisis 2005*

Berdasarkan tabel diatas, skor yang didapat adalah 38. Hasil analisis permintaan wisata tersebut dibawah batas tengah yaitu 39 berarti mendapat nilai

rendah. Komponen permintaan wisata di Keraton Surakarta terutama untuk atraksi dan sarana promosi-informasi yang mendapatkan nilai rendah perlu segera mendapatkan perhatian dari pengelola dalam membenahi aspek-aspek yang kurang tersebut. Sarana promosi yang sudah ada perlu ditingkatkan dalam frekuensi pemberitaan dan penyebarannya, atraksi dikemas lebih menarik dan setiap even yang akan digelar agar dilakukan promosi dan informasi jauh-jauh hari sebelumnya sehingga banyak wisatawan yang mengetahui dan tertarik untuk menyaksikan.

#### **4.3 Analisis BCG**

Setelah diperoleh hasil dari analisis komponen permintaan yang menyatakan bahwa permintaan wisatawan terhadap kegiatan wisata yang meliputi atraksi wisata, sarana wisata, aksesibilitas, promosi dan informasi di Keraton Surakarta Hadiningrat menunjukkan nilai rendah dan hasil analisis komponen penawaran yang menyatakan bahwa penawaran wisatawan terhadap kegiatan wisata di Keraton Surakarta Hadiningrat menunjukkan nilai tinggi. Kedua hasil ini dimasukkan kedalam Matriks Boston Consulting Group (BCG) seperti terlihat dalam gambar dibawah ini:



**GAMBAR 4.18**  
**POSISI MATRIK BCG**

Berdasarkan matriks tersebut posisi kegiatan pariwisata ini berada pada posisi kuadran *Problem Children* hal ini berarti penawaran yang dilakukan sudah cukup baik dalam mendukung kepariwisataan di Keraton Surakarta Hadiningrat, hanya perlu perhatian terhadap aspek-aspek yang kurang, yaitu pengadaan warung makan yang representatif dalam kawasan wisata. Permintaan wisata rendah, dimana untuk atraksi dan sarana promosi-informasi mendapatkan nilai rendah sehingga perlu mendapat perhatian dari pengelola dalam mengatasi kekurangan tersebut.

Untuk mencapai posisi Stars, dengan penawaran dan permintaan yang tinggi, ada beberapa komponen yang perlu menjadi perhatian, diantaranya sarana promosi dan informasi harus lebih gencar dilakukan, diberdayakan dan ditingkatkan frekuensinya, hal ini untuk lebih menarik dan menjaring wisatawan. Untuk itu agar setiap ada even atau atraksi yang akan ditampilkan agar jauh-jauh hari sebelumnya dipromosikan dan diinformasikan sehingga lebih banyak lagi

masyarakat yang tahu dan berminat untuk menyaksikan. Setelah promosi digalakkan, akan percuma jika tidak didukung dengan kemudahan akses, untuk itu langkah selanjutnya adalah dengan membuka akses yang seluas-luasnya dengan mengoptimalkan Bandara Internasional Adi Sumarmo sehingga bisa membuka pasar lebih banyak lagi, karena banyak wisatawan yang memanfaatkan jalur udara ini untuk menuju Kota Surakarta. Sebagai sebuah bandara internasional, frekuensi penerbangan yang ada masih sedikit, untuk rute domestik hanya ada 1 kota tujuan yaitu Jakarta sedangkan rute mancanegara ada 2 kota tujuan yaitu Singapura dan Kuala Lumpur.

Dukungan dari semua pihak yang terkait baik itu pemerintah, pengelola, swasta maupun masyarakat sangat diperlukan untuk bekerja sama dalam menggali potensi keraton sebagai warisan wisata budaya sehingga dalam perkembangannya obyek wisata Keraton Surakarta Hadiningrat tidak mengalami kemunduran tetapi tetap eksis maju dan berkembang untuk masa yang akan datang.

#### **4.4 Analisis Pengelolaan Keraton Surakarta Hadiningrat.**

Keraton Surakarta Hadiningrat berdasarkan tata letaknya dapat dikelompokkan ke dalam 3 bagian besar, yaitu :

1. Komplek Alun –alun Lor atau Utara sebagai pelataran depan
2. Komplek Baluwarti yang merupakan bagian inti.
3. Komplek Alun-alun Kidul atau Selatan sebagai halaman belakang.

Berdasarkan Undang-undang No. 18 Tahun 1965 Tentang Pokok-pokok Pemerintahan Daerah, Keraton Surakarta Hadiningrat telah kehilangan

haknya sebagai daerah istimewa. Hal ini berdampak pada berbagai bidang usaha yang selama ini dikelola dan menjadi sumber pendapatan Keraton Surakarta Hadiningrat beralih ke kekuasaan negara. Bidang-bidang usaha tersebut antara lain perkebunan teh, kopi, tembakau, gula, pabrik gula dan karung goni, dan lembaga jasa keuangan Bondo Lumakso.

Keuntungan dari seluruh usaha-usaha tersebut ditambah pajak daerah sangat cukup untuk membiayai dan mengelola Keraton Surakarta Hadiningrat. Bahkan pada saat itu mulai dibangun proyek monumental yang manfaatnya masih bisa dirasakan sampai sekarang, diantaranya adalah: tanggul sekeliling Kota Surakarta, Kebon Raja Sriwedari, Museum Radya Pustaka, Stadion Sriwedari, Rumah Sakit Kadipolo, Apotik Panti Husada dan lain-lain.

#### **4.4.1 Manajemen Pengelolaan Keraton Surakarta Hadiningrat**

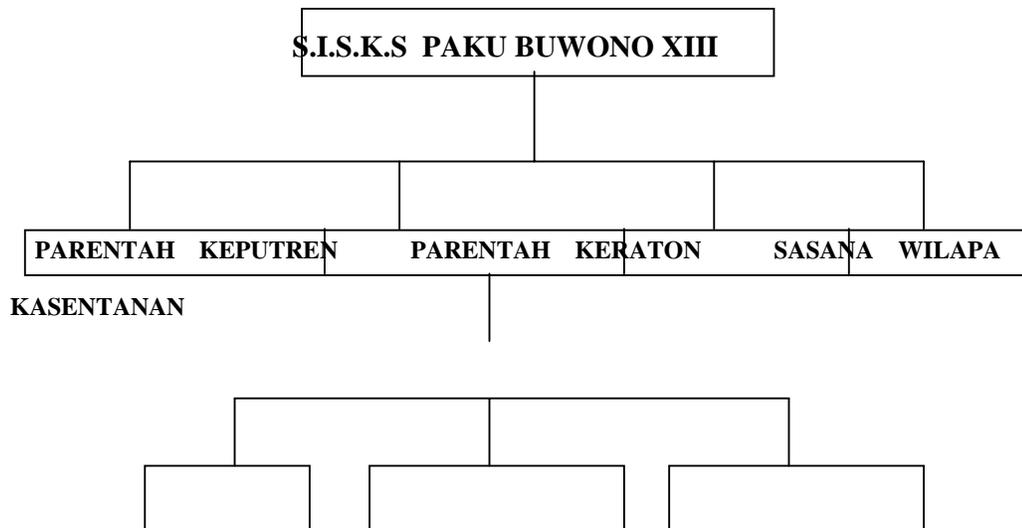
Seiring dengan perjalanan waktu dan perubahan jaman, untuk mengelola sebuah kawasan wisata budaya yang mempunyai luas 8 ha ini telah diterbitkan Kepmen. Pariwisata dan Budaya No. 10a/U/VII/1989 tanggal 15 Agustus 1989 sebagai pelaksanaan dari Keputusan Presiden No. 23 Tahun 1988 tentang Pembentukan Badan Pengelola Keraton Surakarta Hadiningrat

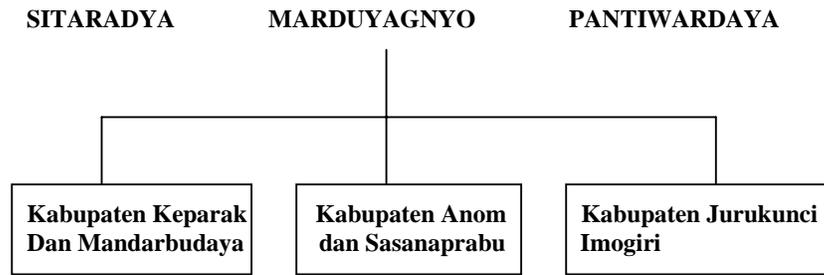
Pada intinya, badan pengelola ini ditugasi untuk:

1. Mengadakan koordinasi guna meningkatkan, mengembangkan serta melakukan pengawasan dalam kerangka pengelolaan Keraton Surakarta Hadiningrat.

2. Menemukenali segala permasalahan yang ada atau yang akan timbul dalam rangka menyusun dan mengusulkan prioritas kegiatan yang segera dapat dilaksanakan guna memanfaatkan Keraton Surakarta Hadiningrat.
3. Menyusun rencana dan program peningkatan pengembangan dan pengawasan Keraton Surakarta Hadiningrat.
4. Menjalin kerjasama dan membina hubungan yang serasi dengan Badan Penasehat yang dibentuk oleh Kasunanan dan yayasan yang didirikan dalam kerangka pendanaan Keraton Surakarta Hadiningrat.
5. Memberikan saran dan laporan secara berkala kepada Dirjen Pariwisata atas segala kegiatan yang telah dilaksanakan.

Menurut penjelasan Pramudiyanto dari kantor pengelola keraton, lembaga pengelola yang dibentuk berdasarkan Kepmen. Pariwisata dan Budaya No. 10a/U/VII/1989 tanggal 15 Agustus 1989 sudah lama tidak aktif dan efektif dalam menjalankan tugas dan kewajibannya. Saat ini pengelolaan keraton dipegang oleh lembaga/organisasi yang dibentuk oleh pihak keraton dengan susunan sebagai berikut :





**GAMBAR 4.19**  
**STRUKTUR ORGANISASI KERATON SURAKARTA**

Sumber : Keraton Surakarta. 2005

Struktur dari organisasi internal ini pada prinsipnya membagi habis fungsi serta kegiatan keraton menjadi 4 bidang pokok. Kedudukan setiap bidang masing-masing dibawah koordinasi seorang pengageng dan langsung dibawah pengawasan Sinuhun Paku Buwono XIII. Bidang-bidang utama kegiatan tersebut sebagai berikut:

#### 1. Parentah Keraton

Dipimpin seorang pengageng dan lembaga ini membawahi 3 sub bidang yaitu: Sitoradyo (Sekretariat), Marduyagnyo( Pemerintahan) dan Pantiwardoyo (Perbendaharaan), yang masing-masing juga diketuai seorang pengageng. Berikut ini akan diuraikan tugas dari masing-masing sub bidang di atas:

##### a. Sitoradyo, mempunyai tugas-tugas utama meliputi:

- Personalia dan ganjaran.
- Pertanahan, pesanggrahan dan rumah-rumah milik raja.
- Kesehatan
- Ekspedisi (pengiriman surat-surat) umum.

b. Marduyagnyo, bertanggung jawab atas:

- Urusan umum.
- Pranatan (peraturan-peraturan keraton).
- Pengawasan (Wismayana).
- Keamanan keraton.
- Kebersihan lingkungan keraton.
- Listrik, air minum dan telepon.

c. Pantiwardoyo, mempunyai fungsi dan tugas untuk mengelola:

- Anggaran keuangan.
- Potongan gaji.
- Pensiunan abdi dalem dan janda abdi dalem.
- Kas keraton (Reksahardana).

2. Parentah Keputren, bertanggung jawab atas kegiatan:

- a. Sesaji dan dapur keraton.
- b. Bedaya (wanita penari).
- c. Pesinden atau waranggana.
- d. Reksawanita (semacam polisi wanita keraton).
- e. Kesehatan/juru rawat.

3. Sasana Wilapa, mempunyai tugas:

- a. Membuat surat-surat resmi.
- b. Meneruskan perintah raja.

4. Kasentanan, urusan pekerjaannya meliputi:

- a. Segala urusan yang menyangkut keperluan putra-putra raja.

- b. Menyelenggarakan surat-surat keputusan yang berkaitan dengan kepentingan putra-putra raja.

Dilihat dari struktur dan pembagian atau beban tanggung jawab, kedudukan Parentah Keraton dapat dikatakan paling pokok dan terkait erat dengan pengelolaan pariwisata, karena lingkup kerjanya meliputi: pengembangan kesenian dan budaya, kehumasan, museum dan perpustakaan, pemeliharaan gedung-gedung, kebersihan dan juga pengelolaan kas keraton yang di dapat dari tiket masuk dan iuran para kerabat keraton.

Walau sudah dibentuk organisasi dalam mengelola Keraton Surakarta Hadiningrat, akan tetapi lembaga tersebut belum bekerja secara optimal dan lebih cenderung bercorak tradisional, hal ini nampak dari ciri-ciri sebagai berikut :

1. Belum adanya program kerja (perencanaan) dalam kerangka meningkatkan dan mengembangkan pariwisata keraton secara jelas dan konseptual, yang ada hanya program rutin yang selalu dilakukan setiap tahun.
2. Tidak adanya evaluasi pelaksanaan tugas, sehingga organisasi di keraton hanya sekedar melayani atau mengerjakan hal-hal rutin tanpa aksi aktif.
3. Kurangnya pengawasan yang menyeluruh terhadap aset milik keraton, sehingga ada.
4. Kedudukan pengageng atau pemimpin gugus tugas, mulai dari bidang, sub bidang sampai unit urusan bersifat menetap sehingga tak pernah terselenggara rotasi jabatan.

Mengenai sumber daya manusia, keraton sebenarnya cukup menyimpan potensi sumber daya manusia yang handal dan beragam untuk

mengelola dan mengembangkan kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat. Wacana yang digulirkan oleh Alm. Paku Buwono XII pada hakekatnya ingin menjadikan keraton sebagai pusat kebudayaan, ilmu pengetahuan, serta lebih peka dan peduli terhadap persoalan-persoalan sosial kemanusiaan.( Santosa, 2002:1)

Masalahnya, potensi tinggi para kerabat serta abdi dalem belum sepenuhnya didayagunakan secara optimal bagi kemajuan keraton. Dengan memberikan peluang dan kesempatan, diharapkan nanti lahir ide-ide besar dalam mengembangkan potensi yang dimiliki oleh Keraton Surakarta Hadiningrat. Gusti Puger sendiri sebagai Pengageng Museum dan Pariwisata Keraton Surakarta Hadiningrat menyadari sistem manajemen yang diterapkan dalam mengelola Keraton Surakarta Hadiningrat belum mapan atau belum optimal. Perlu adanya penyegaran sumber daya manusia karena secara situs, Keraton Surakarta Hadiningrat landasannya sudah mapan.

Untuk membenahi pola manajemen di Keraton Surakarta Hadiningrat tidak cukup dengan pembentukan suatu badan pengelola (organisasi) saja tapi harus didukung dengan perencanaan yang matang, visioner dan menyeluruh, dengan menempatkan keraton sebagai suatu cagar budaya yang harus selalu dijaga dan dilindungi dari kepentingan apapun, penempatan personal dan penggerakannya yang sesuai dengan kapabilitasnya yaitu dengan merekrut dari orang-orang yang profesional dibidangnya tidak hanya dari kalangan keluarga saja, serta harus ada koordinasi dan pengawasan terutama terhadap koleksi benda-benda bersejarah yang tersimpan di museum.

#### **4.4.2 Pembiayaan Pengelolaan Keraton Surakarta Hadiningrat**

Terkait dengan berbagai bidang usaha milik Keraton Surakarta Hadiningrat yang sudah dikuasai oleh negara, timbul permasalahan yang sudah lama dihadapi oleh keraton berdasarkan hasil wawancara dengan Gusti Puger pada tanggal 5 Oktober 2005 adalah masalah dana untuk operasional keraton, meliputi gaji pegawai dan abdi dalem, biaya pemeliharaan rutin, biaya sesaji dan upacara-upacara, biaya pengembangan kesenian dan kebudayaan (di keraton secara rutin ada latihan keroncong, karawitan, menari dan kegiatan budaya lainnya). Setiap hari Senin dan Kamis saja keraton mengeluarkan anggaran untuk membeli bunga segar untuk sesaji sebesar Rp 2.000.000,00.

Secara lebih terperinci, dalam wawancara tanggal 25 Oktober 2005, KRMH Satriyo Hadinegoro, Wakil Pengageng Museum dan Pariwisata Keraton Surakarta Hadiningrat menjelaskan subsidi dari pemerintah sebagai berikut :

**TABEL IV.11**  
**SUBSIDI RUTIN YANG DITERIMA KERATON SURAKARTA**

No.	Sumber Subsidi	Jumlah/Tahun	Untuk Kegiatan
1.	Pemkot Surakarta	Rp 15.000.000	Upacara dan acara budaya
2.	Pemkot Surakarta	Rp 30.000.000	Langganan daya dan jasa
3.	Pemprop Jawa Tengah	Rp 700.000.000	Atraksi budaya
4.	Pemprop Jawa Tengah	Rp 800.000.000	Gaji pegawai dan abdi dalem

Sumber : Pengelola Keraton. 2005

5. Subsidi dari Pemerintah Kota Surakarta, mulai diberikan tahun 2000 dengan rincian sebagai berikut:
  - Rp 15.000.000,00 untuk setiap kegiatan yang dilaksanakan di Keraton Surakarta Hadiningrat. Setiap tahunnya di Keraton Surakarta Hadiningrat

ada 8 kegiatan yang wajib untuk dilaksanakan, yaitu Kirab malam 1 Suro, Sekaten, Gerebeg Mulud, Gerebeg Besar, Wiyosan Jumenengandalem, Gerebeg Pasa, Malem Selikuran, Sesaji Mahesa Lawung.

- Rp 30.000.000,00 setiap tahun untuk biaya langganan daya dan jasa (listrik, telepon dan facsimili).

6. Pemerintah Propinsi Jawa Tengah memberikan subsidi sebesar:

- Rp 700.000.000,00 untuk biaya kegiatan budaya Keraton Surakarta Hadiningrat selama 1 tahun penuh.
- Rp 800.000.000,00 untuk gaji para pegawai dan abdi dalem Keraton Surakarta Hadiningrat. Dana ini diberikan pemerintah pusat melalui propinsi.

3 Pemerintah Pusat

Untuk bantuan dari Pemerintah Pusat tidak bersifat rutin dan lebih bersifat inter departemen, misalnya Departemen Pendidikan Nasional memberi bantuan untuk pemeliharaan dan pengembangan museum, Departemen Sosial untuk kegiatan sosial dan sekarang yang sedang berjalan adalah bantuan dari Departemen Permukiman dan Pengembangan Sarana dan Wilayah untuk biaya revitalisasi Keraton Surakarta Hadiningrat, penataan kios cinderamata di Alun-alun Utara, penataan PKL di sekitar Masjid Agung dengan jumlah bantuan sebesar 7 milyar rupiah untuk tahun anggaran 2002, 2003 dan 2004.

Anggaran gaji pegawai dan abdi dalem sebesar Rp 800.000.000,00 dengan jumlah pegawai dan abdi dalem yang mencapai 400 lebih dirasa kurang mencukupi, apalagi dengan melihat kondisi ekonomi seperti sekarang ini. Dengan

anggaran tersebut, pihak keraton hanya memberikan gaji terendah Rp 75.000,00 dan gaji tertinggi sebesar Rp 250.000,00.

Meskipun keraton tidak dapat menggaji dengan gaji besar, namun tetap banyak orang yang berminat menjadi abdi dalem, bahkan tidak sedikit yang bersedia tidak digaji dengan harapan mendapatkan berkah dan ketentraman batin. Hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa Keraton Surakarta Hadiningrat masih mempunyai kekuatan gaib dan menganggap bahwa Keraton Surakarta Hadiningrat sebagai pepunden.

Anggaran rutin untuk pemeliharaan keraton tidak ada dalam alokasi subsidi dari pemerintah. Sedangkan biaya operasional dan pemeliharaan tidak sedikit, sehingga untuk menutupi kekurangan, pihak keraton berusaha untuk mendapatkan dana dari sumber lain, yaitu dari tiket masuk ke obyek wisata yang mendapat keringanan dari pemerintah berupa tidak kena pajak, juga dari wewenang yang diperoleh keraton untuk memungut biaya atas penggunaan lahan di alun-alun saat berlangsungnya kegiatan sekaten. Disamping itu juga ada kas keraton yang diperoleh dari para kerabat keraton.

Karena keterbatasan biaya untuk operasional keraton sehari-hari, maka kegiatan promosi dan informasi belum menjadi prioritas utama sehingga usaha-usaha yang telah dilakukan selama ini tidak optimal. Hasil analisis BCG juga menunjukkan bahwa komponen promosi dan informasi ini memperoleh skor rendah.

Gusti Puger menjelaskan bahwa Keraton Surakarta Hadiningrat yang secara resmi dibuka untuk wisata sejak tahun 1963 ini belum maksimal dalam

hal pengelolaan dan pengembangannya. Keraton sebagai peninggalan sejarah perlu mendapatkan pemikiran, pembinaan dan perhatian yang lebih dari yang selama ini didapat terutama dari pemerintah.

Dalam penjelasannya, KRMH Satryo Hadinegoro mengharapkan peran pemerintah sebagai fasilitator harus jelas dan memberikan ruang yang pas kepada Keraton Surakarta Hadiningrat supaya bisa bergerak menggali dan mengembangkan semua potensi yang dimiliki. Dalam mengelola keraton ke depan, bukan kemegahan yang akan ditonjolkan tapi isi atau filosofi yang terkandung dari keraton.

Sudah saatnya pihak pengelola Keraton Surakarta Hadiningrat memikirkan sumber pembiayaan lain dari yang sudah ada, karena kalau hanya mengandalkan dari subsidi pemerintah atau tiket masuk saja dirasa kurang cukup. Salah satu cara adalah dengan menggandeng investor atau pihak ketiga untuk ikut mengelola atau menanamkan investasinya, tentunya dengan persyaratan dan tanggung jawab dalam kerangka ikut melestarikan budaya bangsa. Jangan sampai investor yang masuk mengganggu atau merusak cagar budaya yang sudah ada. Peluang bahwa kawasan ini sangat diminati oleh investor harus dimanfaatkan sebaik mungkin untuk menggali dan mengembangkan semua potensi yang ada.

Disamping itu untuk lebih banyak menarik wisatawan mengunjungi Keraton Surakarta Hadiningrat sehingga bisa menambah uang kas untuk pemeliharaan keraton perlu kerjasama dengan daerah sekitarnya yang sudah lebih maju dalam dunia pariwisatanya, misalnya Yogyakarta atau Bali. Kerjasama antara pemerintah daerah atau agen perjalanan wisata dalam menentukan rute

perjalanan wisata dan yang pasti dengan meningkatkan pelayanan dan kenyamanan bagi para pengunjung.

#### **4.4.3 Konservasi dan Pelestarian Cagar Budaya**

Sebagai kawasan wisata budaya dan cagar budaya sudah menjadi kewajiban bersama baik pemerintah, pengelola maupun masyarakat untuk memelihara, menjaga dan melindungi dengan baik. Tapi menjadi keprihatinan kita bersama manakala banyak dari bangunan peninggalan bersejarah itu yang sudah dikuasai oleh pihak ketiga dan berubah fungsi menjadi kawasan niaga.

Dalam perkembangannya sekarang ini, sebagai sebuah kawasan cagar budaya bisa diibaratkan Keraton Surakarta Hadiningrat semakin terhimpit ditengah-tengah komunitas yang semakin ramai. Alun-alun sebagai kawasan terbuka, dalam perkembangan terakhir justru semakin tak terkendali setelah zona di sekitar Alun-alun Utara difungsikan Pemerintah Kota Surakarta menjadi salah satu pusat pertumbuhan ekonomi. Untuk Alun-alun Selatan terpaksa ditutup untuk umum karena dijadikan ajang kehidupan malam.

Pihak Keraton Surakarta Hadiningrat sebenarnya pernah mengusulkan kepada Pemerintah Kota Surakarta agar kawasan Alun-alun Utara dikelola sebagai kawasan terpadu dengan melibatkan unsur pemerintah, keraton dan masyarakat. Karena walaupun berdasarkan Keppres No. 23 Tahun 1988, Alun-alun Utara termasuk wilayah keraton tetapi selama ini pengelolaannya lebih dominan oleh Pemerintah Kota Surakarta.

Salah satu bangunan bersejarah milik keraton yaitu Bangsal Pekapalan bahkan sempat diruntuhkan untuk pembangunan plasa modern. Baru setelah ada

demonstrasi masyarakat dan budayawan Solo, pihak investor saat ini sudah merenovasi Bangsal Pekapalan yang sudah terlanjur roboh. Dan sekarang ruang terbuka hijau yang selama ini menjadi lapangan parkir untuk bus-bus pariwisata tergusur dan berubah menjadi Pusat Grosir Solo (PGS).

Sebelumnya sebelah barat Sitinggil yang masih masuk kawasan Alun-alun Utara dan sebagai ruang terbuka hijau juga sudah berdiri bangunan Pasar Klewer II. Dampak dari pembangunan ini adalah jalan keluar dari keraton yang melewati Pasar Klewer atau Masjid Agung menjadi semrawut dan sangat macet. Hal ini yang dikeluhkan oleh para wisatawan. Menurut penjelasan KRMH Satriyo Hadinegoro, pihak Citi Tour yang biasanya secara rutin mengantar para wisatawan mancanegara berkunjung ke keraton sekarang sudah tidak lagi karena kesemrawutan dan kemacetan yang sudah sangat parah. Saat ini untuk turis yang dikelola oleh Citi Tour ,kunjungan wisatawan mancanegara hanya ke Istana Mangkunegaran saja.

Kawasan Beteng Vastenbergh yang terletak di depan Alun-alun Utara juga sudah beralih tangan ke investor dan sudah berdiri sebuah bangunan bank swasta di depannya. Akses masyarakat ke Beteng Vastenbergh juga sudah ditutup, bahkan sekarang kondisinya nyaris roboh dan sangat tidak terawat. Dan kasus terakhir yang sempat menjadi polemik dan perbincangan hangat di masyarakat pada waktu itu adalah pendirian sebuah hotel di dalam Keraton Surakarta Hadiningrat dengan menggusur bangunan Keputren. Tapi karena tentangan yang begitu keras, baik dari pihak keraton maupun masyarakat maka rencana tersebut tidak bisa terealisasi.

Walau sudah ada keputusan Walikota Surakarta yang melindungi bangunan bersejarah yang ada di Kota Surakarta termasuk keraton, namun belum ada tindakan yang tegas dari pihak berwenang bagi yang melakukan perusakan. Dari banyaknya kasus perusakan dan penggusuran bangunan di Keraton Surakarta Hadiningrat bukan mustahil akan muncul kasus-kasus serupa di kemudian hari jika tidak segera diambil langkah-langkah preventif maupun kuratif. Karena kalau dibiarkan, eksistensi dari Keraton Surakarta Hadiningrat lama-kelamaan bisa hilang. Pemerintah Yogyakarta dalam hal pengelolaan bangunan bersejarah, yaitu untuk kawasan cagar budaya (KCB) seperti Keraton Kasultanan, Pura Pakualaman dan Malioboro, keberadaannya juga dijaga dan dilindungi oleh peraturan daerah dan secara konsekuen dilaksanakan.. Sehingga dengan adanya penegakkan peraturan daerah ini dapat melindungi kawasan cagar budaya dan obyek wisata dari proyek pembangunan publik maupun incaran berbagai pihak untuk kepentingan pembangunan kota.

Diperlukan langkah-langkah konservasi, yaitu segenap proses pengelolaan suatu tempat agar makna kultural yang dikandungnya terpelihara dengan baik. Karena sebagai peninggalan sejarah, Keraton Surakarta Hadiningrat keberadaannya sebenarnya dilindungi oleh Undang-Undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 1992 tentang Benda Cagar Budaya dan Keputusan Walikota Surakarta No. 646/116/I/1997. Dalam hal ini peran pemerintah sebagai koordinator, perencana, legislator dan regulator sangat mutlak diperlukan tentunya dengan dukungan penuh dari pihak pengelola dan masyarakat.

Untuk beberapa lahan atau ruang terbuka hijau dan bangunan yang sudah beralih fungsi seperti kawasan Bangsal Pakepalan, Beteng Vastenbergh dan Pasar Klewer II diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. *Preservasi*, yaitu pelestarian suatu tempat persis seperti keadaan aslinya tanpa ada perubahan, termasuk upaya mencegah penghancuran lebih lanjut.
2. *Restorasi*, yaitu mengembalikan suatu tempat ke keadaan semula dengan menghilangkan tambahan-tambahan dan memasang komponen semula tanpa menggunakan bahan baru.

Peran pemerintah sebagai legislator dan regulator, dalam perencanaan pariwisata harus mengeluarkan peraturan-peraturan yang legalitasnya jelas, bisa dalam bentuk peraturan daerah tingkat propinsi atau kota. Hal ini untuk menjaga dan melindungi keberadaan dan kelestarian Keraton Surakarta Hadiningrat. Sehingga siapapun yang melanggar atau menyalahi peraturan yang berlaku harus ditindak dengan tegas.

Peran pemerintah sebagai perencana sesuai dengan kedudukannya sebagai pemegang kekuasaan perlu untuk mengembangkan konsep pembangunan berwawasan lingkungan (*ecologically sustainable Development*) sebagai upaya interaksi atau mengintegrasikan pembangunan ekonomi dengan pembangunan lingkungan, sehingga dicapai keselarasan antara kepentingan ekonomi dan lingkungan hidup dan budaya. Sehingga kawasan budaya Keraton Surakarta Hadiningrat tidak terancam oleh pertumbuhan kawasan sekitarnya yang tidak terkendali tapi justru akan terjadi sinergis yang menguntungkan bagi dua kepentingan tersebut.

Tingginya minat investor untuk menanamkan modalnya dikawasan ini harus didukung oleh peran pemerintah sebagai stimulator yaitu merangsang dan meningkatkan peran pihak lain untuk ikut serta dalam usaha pengembangan pariwisata yang ramah lingkungan, peduli budaya dan ikut bertanggungjawab dalam pelestarian cagar budaya Keraton Surakarta Hadiningrat. Untuk itu harus ada ketentuan yang mewajibkan setiap investor yang ingin menanamkan modalnya di kawasan ini tidak mengganggu, merusak atau menghancurkan cagar budaya yang sudah ada.

#### **4.4.4 Konflik Suksesi Keraton Surakarta Hadiningrat.**

Masalah yang dihadapi Keraton Surakarta Hadiningrat yang sedemikian kompleks ini, masih ditambah lagi dengan konflik intern masalah suksesi yang sampai sekarang belum mencapai titik temu. Dikhawatirkan bila hal-hal ini tidak segera terselesaikan dan mendapatkan perhatian dari berbagai pihak akan berdampak pada eksistensi keraton itu sendiri, keraton akan semakin tidak terpelihara dengan baik, pendukungnya semakin berkurang, abdi dalem semakin habis dan potensi wisatanya akan semakin pudar karena keraton tidak dapat

membiyai upacara-upacara dan sesaji yang selama ini menjadi daya tarik utama wisata.

Pada hari Jumat Wage, 11 Juni 2004 pukul 08.10 WIB, Paku Buwono XII, Raja di Keraton Surakarta Hadiningrat yang telah bertahta selama 60 tahun meninggal dunia. Semasa hidupnya Paku Buwono XII tidak mempunyai permaisuri walau mempunyai 5 istri tapi semuanya berstatus selir dan tidak secara resmi menunjuk siapa yang menjadi Putra Mahkota dan berhak menjadi raja penerus tahta selanjutnya. Ini adalah awal dari konflik suksesi yang berkepanjangan sampai saat ini.

KGPH Hangabehi, putra ke 2 dan KGPH Tedjowulan, putra ke 15 dari Paku Buwono XII masing masing menobatkan dirinya sebagai yang berhak untuk menggantikan ayahandanya. Pihak dari KGPH Hangabehi berpegang teguh pada anger-anger atau konvensi adat yang dipegang teguh selama ini bahwa anak laki-laki tertualah yang berhak untuk menjadi raja, dan hal ini didukung dengan surat wasiat Paku Buwono XII.

Sementara itu KGPH Tedjowulan dalam jumpa pers pada tanggal 27 Agustus 2004 setelah dikukuhkan sebagai Paku Buwono XIII mengatakan bahwa dirinya bersedia naik tahta karena satu alasan yaitu menyelamatkan Keraton Surakarta Hadiningrat dari kehancuran. "Keraton hanya bisa lestari jika didukung berbagai komponen, mulai abdi dalem, sentana dalem, pemerintah dan masyarakat secara luas. Konstelasi yang saya pahami setelah Sinuhun Paku Buwono XII wafat adalah memang ada penolakan dari berbagai kalangan atas dipilihnya Mas

Behi. Karena itu saya harus berani tampil,” kata Tedjowulan ( Utomo dkk. 2004:120).

Dengan adanya perseteruan masalah suksesi ini, berdampak pada pengelolaan Keraton Surakarta Hadiningrat. KRMH Satryo Hadinegoro menjelaskan bahwa dana subsidi dari Pemerintah Propinsi Jawa Tengah sebesar Rp 700.000.000,00 belum bisa dicairkan untuk tahun anggaran 2005 ini. Pihak keraton menilai dalam permasalahan ini pemerintah tidak bisa mengambil sikap dan berharap dana tersebut bisa segera dicairkan sehingga operasional keraton tidak terganggu. Tingkat kunjungan wisatawan juga menurun 40 % untuk wisatawan domestik dan 70 % untuk wisatawan mancanegara.

Karena konflik yang berkepanjangan ini dikhawatirkan peran keraton dalam mengelola, memelihara dan mengembangkan aset-aset budaya tidak dapat dilaksanakan secara efektif dan produktif apabila tidak didukung oleh situasi internal yang kondusif. Untuk itu kita berharap agar konflik ini segera berakhir dengan damai dan siapapun yang akan menjadi raja kelak haruslah didukung oleh segenap unsur dalam (intern) keraton, pemerintah dan masyarakat.

Secara situs bangunan bersejarah, keraton landasannya sudah mapan, perlu pengelolaan yang lebih profesional, penciptaan sistem yang solid, penyegaran sumber daya manusia dan tentunya pembiayaan yang memadai. Peran pemerintah sebagai koordinator, perencana dan stimulator sangat diperlukan bagi pengembangan kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat. Hal ini sejalan dengan Keppres No. 23 Tahun 1988 bahwa Keraton Surakarta Hadiningrat merupakan peninggalan budaya bangsa yang perlu dipelihara dalam rangka

melestarikan kebudayaan nasional dan kepariwisataan yang keberadaannya dilindungi oleh undang-undang.

### **1.5 Analisis SWOT Dalam Pengembangan Kawasan Wisata Budaya Keraton Surakarta Hadiningrat**

Yaitu suatu teknik analisis dengan memperhatikan kondisi berupa kekuatan dan peluang tanpa mengabaikan kelemahan dan ancaman sebagai acuan dalam usaha pengembangan kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat lebih lanjut. Dengan mengetahui kekuatan dan peluang yang dimiliki sebagai faktor pendukung dan dengan memperhatikan kelemahan dan ancaman yang dapat menghambat usaha pengembangan tersebut diharapkan nantinya langkah atau strategi pengembangan yang akan direncanakan merupakan rencana yang tepat, handal dan berkelanjutan.

#### **4.5.1 Analisis Faktor Internal.**

Faktor Internal dalam analisis teknik SWOT ini meliputi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan obyek wisata yang lebih banyak terjadi atau berasal dari dalam lingkungannya. Berikut ini akan diuraikan mengenai kondisi kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

#### **1. Kondisi Kawasan Wisata Keraton Surakarta Hadiningrat Berdasarkan Kekuatan yang Ada.**

Kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat merupakan kawasan wisata budaya yang sudah sangat terkenal tidak hanya di tingkat nasional tapi sudah sampai pada tingkat Internasional. Letaknya yang sangat strategis di pusat

Kota Surakarta dan didukung dengan ketersediaan sarana transportasi yang cukup banyak dan aksesibilitas yang mudah memberikan kekuatan tersendiri bagi obyek wisata tersebut.

Banyaknya bangunan bersejarah dan benda-benda purbakala di lingkungan Keraton Surakarta Hadiningrat menjadikan ciri khas yang membedakan dengan obyek wisata lainnya. Hal ini diperkuat dengan berbagai atraksi budaya dan kesenian yang sepanjang tahun ditampilkan menjadikan daya tarik utama bagi wisatawan untuk berkunjung. Disamping itu Keraton Surakarta Hadiningrat merupakan keraton tertua yang ada di Nusantara ini dan masih utuh tata cara kehidupan budayanya serta masih mempunyai pengaruh di sebagian besar masyarakat.

## **2. Kondisi Kawasan Wisata Keraton Surakarta Hadiningrat Berdasarkan Kelemahan yang Ada .**

Kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat memiliki beberapa kelemahan yang berpengaruh terhadap usaha pengembangan pariwisata di kawasan tersebut. Sebagai sebuah kawasan yang penuh dengan bangunan bersejarah diperlukan biaya yang tidak sedikit untuk pemeliharaannya agar tetap menarik untuk dikunjungi. Namun karena terbatasnya subsidi dari pemerintah, banyak dari bangunan-bangunan bersejarah tersebut yang dalam kondisi tidak terawat dengan baik. Keterbatasan dana juga menjadi penyebab belum optimalnya

usaha-usaha promosi dan informasi yang dilakukan, sehingga kegiatan ini belum menjadi prioritas.

Sumber daya manusia belum didayagunakan secara optimal merupakan salah satu kelemahan dalam pengembangan kawasan wisata tersebut. Sumber daya manusia dibutuhkan dalam seluruh segi, baik pengembangan, pelaksanaan, pengelolaan dan pemeliharaan. Apabila tidak didukung dengan kualitas sumber daya manusia yang cukup handal maka kegiatan-kegiatan tersebut tidak dapat dilaksanakan secara optimal.

Ketidakpuasan pengunjung dalam mengakses semua bangunan bersejarah yang ada di keraton juga harus menjadi perhatian. Selama ini wisatawan hanya bisa memasuki museum dan pelataran dalam saja, padahal masih banyak bangunan-bangunan bersejarah yang menarik untuk dikunjungi, misalnya Songgo Buwono, Gerbang Sri Manganti, Sasana Sewoko, Maerokoto, Hondrowino.

Konflik masalah suksesi yang berkepanjangan di Keraton Surakarta Hadiningrat merupakan permasalahan yang sangat pelik, karena Keraton yang selama ini menjadi simbol tempat pemimpin yang dihormati rakyat karena tindakannya yang bijaksana dengan adanya kasus “raja kembar” ini akan mengurangi kharismatik dan wibawa Keraton Surakarta Hadiningrat yang tentunya akan berimbas pada penurunan pariwisata di kawasan tersebut. Dengan adanya konflik ini hubungan antara keraton dengan pemerintah juga menjadi kurang harmonis.



**GAMBAR 4.20**  
**BATAS BAGI WISATAWAN**

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2005

#### **4.5.2 Analisis Faktor Eksternal**

Faktor Eksternal dalam analisis teknik SWOT ini meliputi faktor-faktor yang merupakan kesempatan serta ancaman yang ada dan terjadi atau berasal dari luar lingkungannya. Berikut ini akan diuraikan mengenai kondisi kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat berdasarkan peluang dan ancaman yang dimiliki.

#### **1. Kondisi Kawasan Wisata Keraton Surakarta Hadiningrat Berdasarkan Peluang yang Ada**

Kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat berdasarkan hasil survey memiliki beberapa peluang yang dapat mendukung usaha pengembangannya. Kota Surakarta yang dikenal sebagai pusat Kebudayaan Jawa karena di kota ini terdapat dua kerajaan yaitu Keraton Kasunanan dan Istana

Mangkunegaran merupakan sumber wisata budaya yang sangat potensial dan tak ternilai harganya untuk selalu digali dan dikembangkan.

Keraton Surakarta Hadiningrat yang terletak dikawasan strategis, dekat dengan pusat pemerintahan, pusat bisnis dan perdagangan serta didukung dengan kemudahan aksesibilitas akan menjadikan kawasan ini selalu menarik perhatian investor untuk menanamkan investasinya. Sebagai kawasan keramaian dengan tingkat konsentrasi manusia yang tinggi, jika dikelola dengan baik akan menjadi simbiosis mutualisma bagi lintas sektor di kawasan tersebut. Maka sektor pariwisata bila dikelola dengan baik dan profesional akan menjadikan kawasan ini menjadi lebih disegani dan selalu dirindukan untuk dikunjungi.

## **2. Kondisi Kawasan Wisata Keraton Surakarta Hadiningrat Berdasarkan Ancaman yang Ada**

Karena letaknya yang berdekatan dengan pusat bisnis dan perdagangan dikhawatirkan akan terjadi pertumbuhan yang tidak terkendali. Sebagai suatu kawasan wisata budaya maka harus dijaga dengan baik masalah konservasi budaya, bangunan purabakala dan lingkungan sekitarnya. Apabila hal ini tidak diperhatikan, maka keunikan budaya dan bangunan purbakala yang menjadi daya tarik utama wisata dan merupakan potensi pengembangan kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat akan semakin pudar. Jangan sampai kepentingan bisnis akan menggusur kepentingan budaya dan kelestariannya.

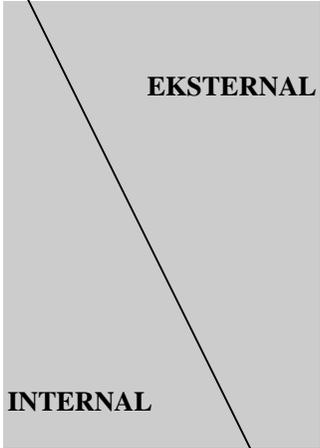
Disamping itu juga adanya obyek wisata budaya yang sejenis, misalnya Istana Mangkunegaran dan Keraton Yogyakarta. Hal ini ditambah dengan kondisi sosial, ekonomi, politik dan keamanan yang tidak menentu jika

dikaitkan dengan kunjungan wisatawan juga menjadi ancaman yang perlu diperhatikan. Kenaikan BBM sehingga daya beli masyarakat menurun, peristiwa bom Bali baru-baru ini merupakan situasi yang tidak kondusif yang dapat mempengaruhi motivasi dan keinginan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata.

#### **4.5.3 Matrik SWOT dan Identifikasi Isu Strategis**

Dari keseluruhan hasil analisis yang dilakukan diatas dengan berfokus pada teknik analisis SWOT maka dapat ditemukan strategi-strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat. Strategi-strategi tersebut dapat dilihat pada **Tabel IV.11** berikut ini:

**TABEL IV.11**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA**  
**KERATON SURAKARTA HADININGRAT BERDASARKAN ANALISIS SWOT**

	<p><b>Peluang</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Letak yang strategis, dekat dengan pusat pemerintahan dan bisnis dan perdagangan serta kemudahan aksesibilitas dengan didukung adanya bandara Internasional Adi Sumarmo</li> <li>- Sumber wisata budaya yang potensial untuk dikembangkan.</li> <li>- Tingginya minat berinvestasi</li> <li>- Pengelolaan yang baik akan menjadikan simbiosis mutualisma bagi lintas sektor yang berada di kawasan tersebut.</li> <li>- Selain wisata budaya juga terdapat produk komplementer, misalnya kerajinan tangan dan batik tradisional.</li> </ul>	<p><b>Ancaman</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pertumbuhan kawasan yang tidak terkendali</li> <li>- Kegiatan bisnis dan perdagangan akan menggeser konservasi budaya.</li> <li>- Tidak ada tindakan yang tegas bagi yang melanggar peraturan daerah yang melindungi kawasan cagar budaya Keraton Surakarta Hadiningrat dari kepentingan pembangunan kota/publik.</li> <li>- Obyek wisata budaya sejenis yang sudah cukup berkembang.</li> <li>- Kondisi sosial, ekonomi, politik dan keamanan Indonesia yang kurang kondusif jika dikaitkan dengan pariwisata.</li> </ul>
<p><b>Kekuatan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keunikan budaya dan bangunan purbakala menjadi daya tarik utama wisata</li> <li>- Keragaman atraksi dan even-even yang ditampilkan sepanjang tahun.</li> <li>- Aksesibilitas dan ketersediaan moda transportasi serta sarana pendukung wisata lainnya dan letaknya di kota Solo sebagai simpul di kawasan Subosukowonosraten.</li> <li>- Keraton Surakarta Hadiningrat merupakan keraton tertua di Nusantara dan masih utuh tata cara kehidupan budaya dan pengaruhnya di masyarakat.</li> <li>- Perpaduan yang bagus antara kawasan wisata budaya dan wisata belanja</li> <li>- Banyaknya koleksi berbagai macam benda</li> </ul>	<p><b>Strategi memanfaatkan kekuatan dan mengisi peluang :</b></p> <p>Mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki yaitu daya tarik wisata budaya, kemudahan aksesibilitas dan lokasinya di pusat pertumbuhan ekonomi dengan minat berinvestasi yang tinggi. Meningkatkan sarana promosi dan informasi sehingga lebih banyak wisatawan yang berkunjung. Membuka pasar baru dengan mengoptimalkan Bandara Internasional Adi Sumarmo. Menjalini kerjasama secara regional dengan satu kawasan Subosukowonosraten untuk jalur wisata.</p>	<p><b>Strategi memanfaatkan kekuatan dan mengatasi ancaman :</b></p> <p>Dengan pengelolaan yang lebih profesional akan terjadi sinergis yang menguntungkan baik bagi kegiatan bisnis perdagangan dengan konservasi cagar budaya (simbiosis mutualisme) sehingga akan mendorong kemajuan pariwisata di kawasan ini yaitu dengan memadukan wisata budaya dan wisata belanja dalam satu kunjungan wisata. Peluang potensial investasi didorong untuk ikut bertanggung jawab dalam konservasi lingkungan sesuai dengan amanat UU Cagar Budaya. Perlu arah dan strategi yang jelas dalam pengembangannya dan harus dilindungi dan didukung dengan penegakkan hukum untuk melindungi kawasan cagar budaya Keraton</p>

<p>bersejarah di museum keraton.</p>		<p>Surakarta Hadiningrat dari kepentingan pembangunan kota/publik.</p>
<p><b>Kelemahan</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keterbatasan biaya sehingga kondisi bangunan kurang terawat dan terpelihara dengan baik.</li> <li>- Kurangnya pengawasan internal sehingga banyak benda koleksi museum yang hilang.</li> <li>- Keterbatasan sumber daya manusia sehingga pengelolaannya belum optimal dan profesional.</li> <li>- Promosi dan informasi belum menjadi prioritas karena minimnya dana.</li> <li>- Konflik internal masalah suksesi yang berlarut-larut akan menurunkan wibawa dan kharisma keraton.</li> <li>- Dengan adanya konflik juga menjadikan hubungan yang kurang harmonis antara pengelola dengan pemerintah daerah.</li> <li>- Ketidakjelasan arah strategi dalam pengembangannya.</li> <li>- Ketidakpuasan pengunjung dalam mengakses semua bangunan bersejarah yang ada di keraton.</li> <li>- Kecenderungan penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung dalam 5 tahun terakhir.</li> </ul>	<p><b>Strategi mengatasi kelemahan dan mengisi peluang :</b></p> <p>Diperlukan kerjasama dengan pihak ke III atau swasta apalagi dengan banyaknya investor yang ingin menanamkan modalnya di kawasan ini, sehingga menambah modal untuk pemeliharaan dan kegiatan promosi-informasi. Perlu segera adanya penyelesaian konflik intern keraton dan diharapkan dalam hal ini peran pemerintah sebagai mediator bagi kedua pihak yang bersengketa sehingga situasi yang tidak kondusif ini dapat segera diatasi.</p> <p>Meningkatkan manajemen pengelolaan keraton dengan penyegaran sumber daya manusia, mengoptimalkan kinerja dan fungsi-fungsi lembaga yang ada terutama bidang pengawasan terhadap aset-aset keraton.</p> <p>Meningkatkan pelayanan dan kenyamanan bagi wisatawan serta menampilkan citra yang kuat dan khas sebagai wisata budaya sehingga selalu menarik untuk dikunjungi.</p>	<p><b>Strategi mengatasi kelemahan dan menghadapi ancaman :</b></p> <p>Keraton Surakarta Hadiningrat sebagai kawasan cagar budaya dalam eksistensi dan proses perkembangannya memang menghadapi banyak permasalahan untuk itu diperlukan dukungan dari seluruh pihak terkait, baik pemerintah, pihak swasta dan masyarakat maupun pihak pengelola sehingga kelemahan yang ada dapat dieliminasi dan ancaman yang akan muncul dapat diminimalisasi. Sehingga semua pihak ikut merasa memiliki, menjaga dan melestarikan warisan budaya yang tidak ternilai harganya ini. Perlunya kebijakan bagi para pengunjung dalam mengakses semua bangunan bersejarah yang ada di keraton. Menjalin kerjasama dengan obyek wisata sejenis atau biro perjalanan dalam tour kunjungan wisata. Menggali dan menampilkan citra baru yang lebih kuat lagi sehingga berbeda dengan citra obyek wisata sejenis yang lainnya sehingga bisa lebih menarik wisatawan.</p>

Sumber: Hasil Analisis, 2005

Dari berbagai analisis yang dilakukan diatas, yaitu analisis BCG untuk mencari kesesuaian antara penawaran dan permintaan wisata dan analisis pengelolaan yang mencermati masalah manajemen pengelolaan, pembiayaan, konservasi dan cagar budaya, akan dijadikan sebagai dasar dalam melakukan analisis SWOT ini.

Dalam pengembangan kawasan wisata budaya Keraton Surakarta Hadiningrat adalah termasuk pengembangan pariwisata bersifat non ekonomis. Wisatawan yang datang akan melihat atraksi wisata yang ada seperti museum, bangunan kuno bersejarah. Dengan demikian akan timbul hasrat dan keinginan untuk memelihara aset wisata yang ada. Semuanya ini memerlukan biaya yang tidak sedikit untuk pemeliharaan dan perawatannya. Dengan pengembangan pariwisata diharapkan terjadi kemajuan pariwisata sebagai suatu industri dan akhirnya dari hasil kegiatan kepariwisataan tadi diperoleh biaya untuk memelihara obyek wisata ini.



**GAMBAR 4.21.**  
**JALAN MENUJU KE MUSEUM, TIDAK ADA CANOPY DAN TROTOAR**  
Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2005

Analisis BCG menunjukkan bahwa penawaran tinggi permintaan rendah, maka untuk mengembangkan permintaan wisata ada beberapa langkah yang perlu menjadi perhatian, yaitu mengoptimalkan informasi dan promosi wisata seluas mungkin, menjalin kerjasama lintas kota dan propinsi serta meningkatkan kerjasama satu kawasan Subosukowonosraten yang selama ini sudah terjalin dalam bidang pembangunan lainnya. Setelah kerjasama dan promosi gencar dilakukan harus didukung dengan peningkatan akses ke Kota Surakarta sehingga bisa menjaring lebih banyak wisatawan dan membuka pasar baru, hal ini bisa dilakukan dengan mengoptimalkan Bandara Internasional Adi Sumarmo. Selama ini hanya ada penerbangan langsung Solo-Jakarta yang dilayani 3 (tiga) maskapai penerbangan yaitu Garuda, Lion Air dan Sriwijaya serta penerbangan langsung Solo-Singapura dengan 1 (satu) maskapai penerbangan yaitu Silk Air. Dan dalam waktu dekat akan dibuka jalur penerbangan langsung Solo-Kuala Lumpur serta yang masih dalam taraf peninjauan yaitu jalur penerbangan Solo-Denpasar.

Dalam pengelolaan Keraton Surakarta Hadiningrat diperlukan beberapa langkah-langkah pembaharuan, yaitu manajemen pengelolaan harus dikelola dengan lebih profesional lagi dengan mengoptimalkan fungsi kerja dari masing-masing bagian misalnya bidang pengawasan yang mempunyai tugas dan yang bertanggung jawab dalam menjaga menginventarisasi aset keraton. Penyegaran terhadap sumber daya manusia dengan mengadakan pelatihan maupun rotasi pegawai secara berkala sehingga tidak menimbulkan kejenuhan. Dan untuk mengatasi masalah pembiayaan dalam operasional keraton bisa

ditempuh dengan menjalin kerjasama dengan pihak lain dan membenahi lingkungan intern keraton sendiri supaya lebih menarik dan artistik sehingga meninggalkan kesan yang mendalam bagi wisatawan dengan demikian ada keinginan dan kerinduan untuk mengunjungi kembali.

Hermawan Kartajaya, seorang pakar marketing, dalam mengembangkan kepariwisataan di Yogyakarta memakai konsep kerjasama regional dalam jalur pariwisatanya yaitu menjalin kerjasama dengan seluruh kabupaten yang ada di Propinsi Yogyakarta dengan titik simpulnya di Kota Yogyakarta. Hal ini bisa diterapkan dalam pengembangan pariwisata di Kota Surakarta, apalagi sampai saat ini ikatan emosional kabupaten se-eks Karesidenan Surakarta (Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, Klaten) masih kuat.

Mengacu pada konsep di atas, maka dari produk-produk pariwisata yang ada, Keraton Surakarta Hadiningrat bisa dijadikan sebagai daya tarik utamanya dalam wisata budaya. Maka diperlukan kerjasama satu kawasan Subosukowonosraten dengan menyatukan anggarannya untuk mendukung kawasan wisata budaya keraton ini. Selanjutnya, dibuat paket wisata dengan tujuan utama Keraton Surakarta Hadiningrat, baru kemudian ditarik ke kunjungan wisata yang ada di kawasan ini, misalnya wisata alam Tawangmangu di Karanganyar dan Keteb di Boyolali, wisata purbakala Sangiran di Sragen, wisata pantai di Wonogiri serta wisata budaya di Klaten dan Sukoharjo.

Kawasan wisata budaya Keraton Surakarta Hadiningrat saat ini walaupun masih memiliki berbagai kelemahan dan ancaman dalam usaha

pengembangannya, namun dengan adanya kekuatan dan peluang diharapkan kelemahan dan ancaman tersebut dapat dihilangkan ataupun diantisipasi dan dieliminasi dampaknya. Oleh karena itu strategi-strategi yang telah dirumuskan diatas dapat dijadikan sebagai dasar pertimbangan dalam pengelolaan dan pengembangan kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat, tentunya dengan tetap memperhatikan kendala-kendala yang ada dan memanfaatkan potensi yang dimiliki. Sehingga menjadi harapan kita semua bahwa warisan budaya ini akan semakin berkembang dan tetap lestari sesuai dengan keunikan dan jati dirinya.

#### **4.6 Temuan Studi**

Dari langkah-langkah penelitian yang telah dilakukan dalam menganalisis Penawaran dan Permintaan Wisata Dalam Pengembangan Potensi

Pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat, ada beberapa temuan studi sebagai berikut :

1. Dalam analisis BCG posisi penawaran dan permintaan wisata di Keraton Surakarta Hadiningrat di kuadran III atau Problem Children, yang berarti posisi penawaran tinggi tetapi permintaan rendah.
2. Dalam manajemen pengelolaan Keraton Surakarta Hadiningrat selama ini banyak permasalahan yang dihadapi, yaitu :
  - Lembaga yang dibentuk belum bekerja secara optimal dan lebih cenderung bercorak tradisional dimana para pegawainya kebanyakan dari lingkungan keluarga keraton sendiri. Demikian juga dengan sumber daya manusia yang mengelolanya perlu adanya penyegaran karena selama ini para pegawai bersifat menetap atau tidak pernah ada mutasi pegawai.
  - Pengamanan dan pengawasan terhadap aset yang dimiliki keraton belum berjalan dengan baik sehingga banyak benda-benda bersejarah koleksi museum keraton yang raib dari tempatnya.
  - Keterbatasan biaya dalam operasionalnya baik untuk upacara, sesaji dan atraksi, gaji para abdi dalem dan untuk biaya pemeliharaan Keraton Surakarta Hadiningrat.
  - Usaha promosi dan informasi masih terbatas pada penyebaran brosur dan melalui website karena keterbatasan dana sehingga promosi melalui pameran dan media massa belum menjadi prioritas.

3. Dalam perkembangannya saat ini, ada beberapa bangunan dan wilayah keraton yang beralih fungsi, yaitu Benteng Vastenberg dan Bangsal Pakepalan menjadi kawasan niaga, ruang terbuka hijau di sebelah barat Sitinggil sudah didirikan Pasar Klewer II, beberapa bangunan tempat tinggal keluarga raja di kompleks keraton yang sudah dijual, Hal ini akan sangat mengancam eksistensi Keraton Surakarta Hadiningrat sebagai aset wisata budaya untuk masa sekarang dan yang akan datang.
4. Konflik intern suksesi berdampak pada pengelolaan Keraton Surakarta Hadiningrat, hubungan dengan pemerintah propinsi dan kota menjadi kurang harmonis, karena pemerintah juga belum mengambil sikap. Dana subsidi untuk operasional keraton dari pemerintah propinsi untuk tahun anggaran 2005 belum bisa dicairkan.

## **BAB V**

### **P E N U T U P**

#### **5.1 Kesimpulan**

- 1 Posisi penawaran dan permintaan wisata dalam matrik BCG pada kuadran ketiga atau *Problem Children*, atau anak masalah berarti posisi penawaran tinggi tetapi permintaan rendah. Dalam hal ini perlu dicari jalan pemecahan dulu terhadap permasalahan yang ada, dan kalau mencermati berbagai analisis yang telah dilakukan di atas, permasalahan yang perlu menjadi perhatian adalah pembiayaan dan manajemen. Untuk mencapai posisi *Star*, ada beberapa komponen yang perlu ditingkatkan, yaitu sarana promosi dan informasi harus lebih diberdayakan dan ditingkatkan frekuensinya, hal ini untuk lebih menarik dan menjaring wisatawan lebih banyak lagi, langkah selanjutnya adalah dengan membuka akses seluas mungkin yaitu dengan mengoptimalkan Bandara Adi Sumarmo sehingga dapat menambah dan membuka pasar baru. Hal yang juga perlu menjadi perhatian adalah peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung dengan memberi kelonggaran bagi pengunjung dalam mengakses semua gedung atau bangunan bersejarah yang terdapat di keraton tentunya dengan tetap menjunjung tinggi adat dan budaya yang berlaku.
- 2 Dalam analisis SWOT, strategi-strategi yang perlu dilakukan dalam pengembangan obyek wisata Keraton Surakarta Hadiningrat adalah sebagai berikut:

- Mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki yaitu sebagai daya tarik wisata budaya, kemudahan aksesibilitas dan lokasinya di pusat pertumbuhan ekonomi dengan minat berinvestasi yang tinggi.
- Meningkatkan sarana promosi dan informasi baik tingkat nasional maupun internasional sehingga lebih banyak wisatawan yang berkunjung.
- Membuka pasar baru dengan mengoptimalkan Bandara Internasional Adi Sumarmo Surakarta dan kerjasama dengan obyek wisata sejenis, misalnya dengan Pemerintah Daerah Yogyakarta, Magelang atau Bali untuk rute kunjungan wisata.
- Menjalin kerjasama dengan pihak swasta dan kerjasama dalam satu kawasan Subosukowonosraten untuk menambah modal bagi biaya operasional Keraton Surakarta Hadiningrat.
- Meningkatkan pelayanan dan kenyamanan bagi para pengunjung dan membuka akses yang lebih luas bagi wisatawan dalam menyaksikan semua bangunan bersejarah yang ada di Keraton Surakarta Hadiningrat dengan tetap menjunjung tinggi adat dan budaya yang berlaku.
- Pengelolaan yang lebih profesional dan bertanggungjawab serta memperhatikan keraton sebagai cagar budaya sehingga keberadaannya tidak tergusur oleh pertumbuhan kawasan di sekitarnya akan tetapi justru terjadi sinergis yang menguntungkan baik bagi kegiatan bisnis perdagangan dengan konservasi cagar budaya (simbiosis mutualisme) sehingga akan mendorong kemajuan pariwisata di kawasan ini.

- Perlu segera adanya penyelesaian konflik intern keraton dan diharapkan dalam hal ini peran pemerintah sebagai mediator bagi kedua pihak yang bersengketa sehingga situasi yang tidak kondusif ini dapat segera diatasi.
  - Peluang potensial investasi didorong untuk ikut bertanggung jawab dalam konservasi budaya dan lingkungan sehingga perlu arah dan strategi yang jelas dalam pengembangan Keraton Surakarta Hadiningrat sebagai pusat kawasan wisata budaya.
3. Kawasan Baluwarti yang terletak di belakang keraton, yang merupakan tempat tinggal pangeran dan kerabat keraton, berpotensi untuk dikembangkan menjadi desa wisata, karena di tempat ini banyak dijumpai rumah pendopo tempat tinggal keluarga keraton dengan arsitektur yang menarik, dan berbagai usaha kerajinan tangan, misalnya batik, kuningan dan anyaman.
  4. Keraton Surakarta Hadiningrat sebenarnya menyimpan keunikan dan daya tarik yang kuat serta potensi yang bisa dikembangkan lebih dalam lagi. Dengan pengelolaan yang sungguh-sungguh dan profesional, didukung dengan promosi yang gencar dan aksesibilitas yang luas dengan membuka jalur penerbangan dalam dan luar negeri, kawasan wisata budaya ini akan menjadi magnet dalam menjaring wisatawan. Dengan demikian diharapkan nantinya Keraton Surakarta Hadiningrat bisa mandiri dalam mengelola, mengembangkan dan membiayai operasional keraton sehari-hari.

### 5.3 Rekomendasi

Perlindungan benda cagar budaya merupakan salah satu upaya bagi pelestarian warisan budaya bangsa yang mencerminkan peradaban suatu bangsa. Upaya pelestarian tersebut sangat berarti bagi kepentingan pembinaan dan pengembangan sejarah, ilmu pengetahuan dan kebudayaan, dan tentunya untuk pengembangan pariwisata. Keraton Surakarta Hadiningrat merupakan aset bangsa yang perlu untuk selalu dijaga dan dilestarikan sebagai suatu cagar budaya. Dan sebagai kawasan wisata budaya, dalam pengelolaan dan pengembangannya perlu arah dan strategi yang jelas sehingga eksistensinya tidak terancam oleh pertumbuhan kawasan di sekitarnya tetapi tetap terjaga dan terpelihara dengan baik.

Dan dengan mencermati beberapa masukan yang diberikan oleh responden, pengelola dan sepanjang pengamatan penulis selama ini, maka penyusun mencoba memberikan beberapa rekomendasi yang kiranya bermanfaat dalam pengembangan kepariwisataan di Kota Surakarta pada umumnya dan di Keraton Surakarta Hadiningrat pada khususnya, sebagai berikut:

1. Agar setiap tindakan dan kebijakan yang diambil dalam kerangka pengembangan kawasan wisata budaya Keraton Surakarta Hadiningrat baik itu oleh pengelola, swasta maupun pemerintah senantiasa memperhatikan keraton sebagai cagar budaya yang harus selalu dijaga dan dilindungi kelestariannya dari kepentingan apapun. Untuk itu perlu tindakan tegas terhadap pihak-pihak yang melanggar peraturan daerah yang menetapkan kawasan cagar budaya yang terdapat di Kota Surakarta sebagai *heritage* atau

pusaka budaya yang dilindungi. Sehingga dengan ketegasan dari aparat yang berwenang diharapkan dapat melindungi berbagai cagar budaya yang ada di Kota Surakarta dari proyek pembangunan publik atau untuk kepentingan pembangunan kota.

2. Untuk meningkatkan permintaan pasar, perlu jaringan promosi dan informasi yang lebih luas dengan kerjasama lintas kota dan propinsi dan didukung dengan peningkatan akses sehingga bisa membuka pasar baru yang potensial. Disini peran Pemerintah Kota sangat diharapkan untuk mengoptimalkan Bandara Internasional Adi Sumarmo dengan membuka jalur penerbangan sebanyak-banyaknya baik domestik maupun internasional, misalnya jalur penerbangan Solo-Denpasar sehingga akan lebih banyak wisatawan memperoleh kemudahan dan akses langsung untuk mengunjungi Kota Surakarta.
3. Mengintensifkan kerjasama satu kawasan Subosukowonosraten dengan menerapkan konsep kebersamaan dalam jalur wisata sehingga akan menambah modal dalam pembiayaan pengelolaan keraton serta menjaring wisatawan seluas mungkin.
4. Untuk meningkatkan pelayanan dan kenyamanan bagi para wisatawan, perlunya kebijakan dari pengelola untuk memberi kemudahan dan kelonggaran bagi wisatawan dalam mengakses dan mengunjungi semua bangunan bersejarah yang ada di keraton, tentunya dengan tetap menjunjung tinggi adat dan budaya yang berlaku. Selama ini wisatawan hanya bisa berkunjung hanya sampai museum dan pelataran keraton saja, padahal masih

banyak bangunan bersejarah lainnya yang menarik untuk dikunjungi, diantaranya Sasono Sewoko, Songgo Buwono, Gerbang Sri Manganti, Gedung Maerokoto, Sasono Hondrowino dan lain-lain. Disamping itu karena jarak yang cukup jauh antara tempat parkir, loket dan lokasi wisata, maka perlu penghijauan yang cukup dengan pohon yang rindang atau dibuat pedestrian dan canopy terutama dari depan Kamandungan sampai depan museum, untuk melindungi wisatawan dari terik matahari yang menyengat maupun hujan dan lalu lalang kendaraan yang cukup ramai pada jalur ini. Langkah lain yang perlu dilakukan adalah merenovasi bagian dalam museum keraton supaya lebih artistik dan menarik serta perawatan, pengawasan dan pemeliharaan berbagai koleksi benda-benda bersejarah milik keraton yang lebih intensif, karena selama ini banyak dari koleksi benda-benda bersejarah tersebut yang hilang.

5. Perlu segera langkah-langkah yang konkrit baik dari pemerintah maupun pengelola untuk menyelamatkan Benteng Vastenberg dari kehancuran. Dengan membuka akses kepada wisatawan dan mengoptimalkan penggunaan kawasan Benteng Vastenberg untuk kegiatan budaya, festival, pameran atau sejenisnya akan mencegah dari kerusakan, karena cara terbaik untuk mengkonservasi suatu monumen adalah dengan cara menggunakan monumen tersebut.
6. Kawasan wisata budaya Keraton Surakarta Hadiningrat dan lingkungan sekitarnya harus dilindungi dari perubahan-perubahan yang berarti, khususnya dari pembangunan gedung-gedung baru yang selama ini marak

terjadi. Untuk itu pemberian ijin mendirikan bangunan, gedung, mall maupun perkantoran di kawasan Keraton Surakarta Hadiningrat harus dengan pertimbangan yang matang dengan melibatkan semua pihak terkait baik itu pemerintah, pengelola maupun masyarakat. Sehingga nantinya keberadaan gedung-gedung baru tersebut tidak mengganggu keseimbangan kawasan tetapi justru dapat mendukung dalam peningkatan kepariwisataan di kawasan ini.

7. Selaras dengan visi Kota Surakarta dalam mewujudkan sebagai kota tujuan wisata budaya dan wisata belanja, hendaknya dalam mengembangkan kawasan wisata Keraton Surakarta Hadiningrat mengacu pada konsep pembangunan berwawasan lingkungan (*ecologically sustainable Development*) yaitu upaya interaksi atau mengintegrasikan pembangunan ekonomi dengan pembangunan lingkungan, sehingga dicapai keselarasan antara kepentingan ekonomi dan lingkungan, baik alam maupun budaya. Dan pembangunan pariwisata berkelanjutan yaitu sebagai proses pembangunan pariwisata yang tidak mengenyampingkan sumberdaya alam dan budaya, baik untuk saat ini maupun untuk masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Anwari,Achmad. 1983. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: Yayasan Pembinaan Keluarga UPN Veteran.
- Badudu J.S, 1994. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Baud Bovy,Manuel; Lawson, Fred. 1998. *Tourism and Recreation Development: A Handbook of Physical Planning*, Boston: CBI Publisher
- Budihardjo, Eko; Sidharta.1989. *Konservasi Lingkungan dan Bangunan Kuno Bersejarah di Surakarta*. Yogyakarta Gajahmada University Press.
- Burtkart, AJ ; S. Medlik.1987. *Tourism, Past, Present and Future*. London: Heinemann.
- Catanese, Anthony; Snyder, James.1992. *Perencanaan Kota*. Edisi Kedua Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Fandeli, Chafid.1995. *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisataaan Alam*. Yogyakarta: Penerbit Liberty.
- Gunn, Clare. A.1994. *Tourism Planning, Basic Concept Cases*. Washington DC: Taylor & Francis.
- Hadinoto, Kusudianto.1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Perencanaan*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Inskeep, Edward.1991. *Tourism Planning An Integrated and Sustainable Development Approach*, New York: Van Nostrand Reinhold Comp.
- Kaiser, Charles,Jr, Larry E. Helber. 1978. *Tourism, Planning and Development*.Boston: CBI Publishing Company Inc.
- Karyono, A. Hari.1997. *Kepariwisataaan*. Jakarta: PT. Gransindo
- Mathieson, A; G. Wall. 1982. *Tourism: Economic, Physical and Social Impact*. New York: Long Man.

- Mc Intosh, Charles R. Goeldner, Geoffrey.1986. *Tourism Economic, Physical and Social Impact*. London and New York: Longman.
- Nasution. 2004. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta. PT. Bumi Aksara
- Nuryanti, Wiendu.1997. *Tourism and Heritage Management*. Yogyakarta Gajahmada University Press.
- Pearce, Douglas.1989. *Tourist Development*. New York; Longman Scientific dan Technical.
- Pendit, Nyoman.S. 1999.*Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta. PT. Pradnya Paramita.
- Prastowo, Dwi, Aji Suryo. 2000. *Analisis Laporan Keuangan Hotel*. Yogyakarta: Andi Offset.
- R. Soeharto.1985. *Diorama Keraton Surakarta Hadiningrat*. Surakarta: Tiga Serangkai.
- Rakmat, Jalaluddin, 2001, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosda Karya.
- RD. Jatmiko.2003. *Manajemen Stratejik*. Malang: BP UMM.
- Santosa, Budi; Hessel. 2002, *Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata: Perspektif Manajemen Strategik Sektor Publik*. Yogyakarta:YPAPI.
- Santosa, Tri Juari. 2002, *Suara Nurani Keraton Surakarta: Peran Keraton Surakarta Dalam Mendukung dan Mempertahankan Negara Kesatuan Republik Indonesia*. Yogyakarta: Komunitas Studi Didaktika.
- Setiadi, Bram; Hadi Q; Tri Handayani DS. 2000. *Raja Di Alam Republik: Keraton Kasunanan Surakarta dan Paku Buwono XII*, Jakarta: Bina Rena Pariwara.
- Soekadidjo, R.G.1997. *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata sebagai Systematic Linkage*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suwantoro, Gamal.1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Sukarsa, I.Made.1999. *Pengantar Pariwisata*. Ujung Pandang: Badan Kerjasama Perguruan Tinggi Negeri Indonesia Timur.

- Sugiantoro, Ronny. 2000. *Pariwisata Antara Obsesi dan Realita*. Yogyakarta: Adicita Karya Cita.
- S. Margana. 2004. *Keraton Surakarta dan Yogyakarta*. Pustaka Pelajar.
- Spillane, James J. 1987. *Ekonomi Pariwisata ; Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta; Penerbit Kanisius.
- Singarimbun, Masri. 1995. *Metode Penelitian Survey*, Yogyakarta ; PBF.
- Utomo, Mulyanto; Susilo, Wahyu; Achmadi, Farid. 2004. *Dibalik Sukses Keraton Surakarta Hadiningrat*. Solo: Aksara Solopos.
- Wahab, Salah. 1992. *Pemasaran Pariwisata* (alih bahasa: Frans Gromang), Jakarta; Pradnya Paramita.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Manajemen Kepariwisata* (alih bahasa: Frans Gromang), Jakarta; Pradnya Paramita.
- Yoeti, H. Oka. 2001. *Ilmu Pariwisata. Sejarah, Perkembangan dan Prospeknya*. Jakarta: Penerbit PT. Pertja

### **Jurnal/Makalah**

- Hananto Sigit, *Jurnal Perencanaan Wilayah Kota, Edisi Khusus 1994, LPP, IAP, FTSP ITB*: "Perkembangan Dampak Ekonomi Pariwisata 1985-1993".
- Profil Pariwisata di Kota Surakarta. 2004; Dinas Pariwisata, Seni dan Budaya Kota Surakarta.
- Raka, I Gde, *Jurnal Perencanaan Wilayah Kota, No.7 Triwulan I/Maret 1993, LPP, IAP, FTSP ITB*: "Positioning: Problematik Pariwisata Indonesia"

### **Artikel**

- Harian Kompas*. 28 Januari 2005 : "Jumlah Wisatawan Ke Solo Terus Menurun" (J10)
- Harian Solopos*. 22 Agustus 2005 : "Perseteruan Hangabehi-Tedjowulan"

### **Tesis/Tugas Akhir**

Tri, Korano Joko. 2003. *Permintaan dan Penawaran Wisata Dalam Pengembangan Kepariwisata Di Tawangmangu.*

Septanita Prima, Iva. 2004. *Strategi Pemasaran Obyek Wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang.*

### **Peraturan Perundang-undangan**

Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata Indonesia.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 5 Tahun 1992 tentang Benda Cagar Budaya.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 22 Tahun 1999 Tentang Otonomi Daerah.

Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 23 Tahun 1988 Tentang Status dan Pengelolaan Keraton Surakarta Hadiningrat.

Peraturan Daerah No.7 Tahun 1984 tentang Penyerahan Sebagian Pemerintahan Propinsi Jawa Tengah Kepada Pemerintah Dati II.

Peraturan Daerah No. 8 Tahun 1993 Tentang Rencana Umum dan Tata Ruang Kota Madya Daerah Tingkat II Surakarta Tahun 1993-2013.

Peraturan Daerah Kota Surakarta No. 16 Tahun 2003 tentang Rencana Strategi Daerah Kota Surakarta Tahun 2003 – 2008.

Keputusan Walikota Surakarta No. 15 Tahun 2005 Tentang Pola Angkutan Jalan di Kota Surakarta.









