



PEMETAAN DAYA TARIK WISATA KOTA SURAKARTA DALAM RANGKA Mendukung
Aktivitas Wisata Perkotaan yang Berkelanjutan

Oleh

Nuriaridha Garuda Putri¹, Rizki Avinda Pricila², Faza Tasnia³, Muhammad Ghazi
Wibawa Satriya⁴, Lintang Azzahro⁵, Luluk Fitriyah⁶, Sevira Diana Patricia⁷, Tomi
Agfianto⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Usaha Perjalanan Wisata, Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret
e-mail: ⁸tomi.agfianto@staff.uns.ac.id

Abstrak

Daya tarik wisata yang berada di Kota Surakarta merupakan salah satu gambaran dari wisata perkotaan di Indonesia. Seiring dengan hal tersebut dan didukung dengan pengelolaan pariwisata yang baik maka berdirilah berbagai macam daya tarik wisata yang memiliki cukup banyak peminat baik wisatawan asing maupun wisatawan domestik. Daya tarik yang ditawarkan oleh Kota Surakarta juga bervariasi mulai dari sejarah, budaya, seni, buatan, hingga kuliner. Penelitian bertujuan untuk memetakan potensi daya tarik wisata Kota Surakarta sebagai destinasi pariwisata perkotaan di Jawa Tengah. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi peranan daya tarik wisata dalam kesiapan Kota Surakarta sebagai daya tarik pariwisata perkotaan dengan memanfaatkan nilai sejarah, budaya, seni, buatan, dan kuliner. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi langsung, wawancara dengan informan, dan kajian literatur. Narasumber yang terlibat dalam penelitian ini merupakan informan yang terlibat dalam pariwisata perkotaan Kota Surakarta di bidang sejarah, budaya, seni, buatan, serta kuliner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 22 daya tarik wisata di Kota Surakarta yang tersebar dalam 5 kecamatan. Lebih lanjut, Wayang Orang Sriwedari menjadi daya tarik wisata unggulan di Kota Surakarta dimana selain akses yang mudah dijangkau karena berada di tengah kota, daya tarik wisata tersebut menjadi satu-satunya pertunjukan budaya wayang orang yang ada di Indonesia. Wisata perkotaan di Kota Surakarta dapat bagi menjadi wisata sejarah, budaya, seni, buatan, serta kuliner dimana masing-masing terwakili di setiap kecamatan Kota Surakarta.

Kata Kunci: Urban Tourism, DTW Kota, Wisata Kota, Wisata Surakarta

PENDAHULUAN

Perubahan dalam masyarakat sering mengakibatkan adanya suatu kesenjangan sosial ekonomi. Fenomena kesenjangan sosial tersebut disebabkan oleh kurang luasnya peluang kerja dan ketersediaan pekerjaan di Kota. Untuk mengatasi hal ini, pemerintah daerah perlu mengambil peran terhadap permasalahan ekonomi masyarakat tersebut. Terobosan-terobosan dan inovasi perlu dilakukan oleh pemerintah daerah untuk mendorong ekonomi masyarakat di daerah perkotaan. Salah satunya dengan

mengembangkan kegiatan pariwisata. Kegiatan pariwisata yang berkembang akan memberikan dampak baik secara langsung atau secara tidak langsung terhadap kehidupan perekonomian pada masyarakat sekitar (Shantika, 2018). Biantoro (2014) menambahkan bahwa pariwisata merupakan salah satu sektor yang memegang peranan penting dalam perkembangan perekonomian suatu wilayah karena diharapkan mampu memberikan kontribusi yang besar dalam pendapatan wilayah.



Kurniansah (2019) menyebutkan bahwa pengembangan suatu daya tarik wisata tidak hanya memprioritaskan daya tarik wisata alam saja, tetapi pariwisata perkotaan perlu juga dikembangkan untuk mendukung jalannya aktivitas pariwisata di suatu daerah. Saat ini, perkembangan industri pariwisata di daerah perkotaan mulai meningkat. Begitu pun di Kota Surakarta yang juga mulai mengembangkan beberapa daya tarik wisata di masing-masing kecamatan. Pengembangan tersebut seharusnya didukung dengan perencanaan yang matang dan baik dengan salah satunya adalah mengetahui setiap keunggulan daya tarik yang dimiliki.

Surakarta merupakan kota yang secara administratif terletak di Provinsi Jawa Tengah dan memiliki luas 44,02 km². Sebagai salah satu kota budaya, Kota Surakarta menjadi salah satu destinasi pariwisata perkotaan di Indonesia. Untuk menjadi kawasan tujuan wisata budaya, ada unsur sejarah yang membedakan kota Surakarta dengan kota lain (Haryoko, 2020). Slogan Solo Spirit Of Java yang mengandung makna bahwa 'Solo merupakan jiwanya Jawa' juga menjadi salah satu citra Kota Surakarta yang dibuat pada tahun 2005 dan disahkan pada tahun 2008 sebagai upaya perkembangan industri pariwisata. Seiring dengan hal tersebut dan didukung dengan pengelolaan pariwisata yang baik maka berdirilah berbagai macam daya tarik wisata yang memiliki cukup banyak peminat baik wisatawan asing maupun wisatawan domestik.

Daya tarik yang ditawarkan oleh Kota Surakarta juga bervariasi mulai dari sejarah, budaya, seni, buatan, hingga kuliner. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya bangunan-bangunan serta event berbudaya yang sering diselenggarakan khususnya di daerah Keraton Mangkunegaran yang mencerminkan nilai budaya dan seni yang ada di Kota Surakarta. Adapun pesona budaya batik yang dapat dilihat di wilayah Kampung Batik Kauman. Selain itu, Kota Surakarta juga menyimpan daya tarik kuliner yakni 'selat'

yang notabene termasuk ciri khas di kota yang juga akrab disebut dengan Solo tersebut.

Menurut Emekli (2013) wisata perkotaan adalah kunjungan wisata yang dilakukan seseorang ke suatu kota untuk berbagai tujuan seperti liburan, menghadiri event, menonton pertunjukan seni, mencari informasi tentang sejarah, maupun berbelanja. Dengan kata lain, pengembangan suatu potensi wisata tidak hanya sebatas melihat daya tarik wisata alam saja, tetapi pariwisata perkotaan juga menjadi aspek yang perlu dikembangkan untuk meningkatkan potensi aktivitas pariwisata di suatu daerah. Uysal (2013), menambahkan bahwa Pariwisata perkotaan atau Urban Tourism adalah industri yang sedang berkembang. Dari kedua pengertian tersebut, dapat dikatakan bahwa wisata perkotaan menawarkan banyak keuntungan sosial dan ekonomi untuk sebuah kota dan selain itu juga dapat meningkatkan lingkungan fisik kota sekaligus menyediakan pendapatan dan lapangan pekerjaan.

Dalam Rangka mewujudkan pariwisata perkotaan yang baik melalui pengelolaan daya tarik wisata yang ada di Kota Surakarta diperlukan beberapa hal yang harus diperhatikan, oleh karena itu penelitian bertujuan untuk memetakan daya tarik wisata Kota Surakarta sebagai destinasi pariwisata perkotaan di Jawa Tengah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan daya tarik wisata perkotaan di beberapa kecamatan di Kota Surakarta dengan mengevaluasi kemampuan dan kesiapan Kota Surakarta dalam mengelola dan melaksanakan potensi Kota Surakarta sebagai daya tarik pariwisata perkotaan yang memanfaatkan nilai sejarah, budaya, seni, buatan, serta kuliner. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dimana pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi langsung, wawancara dengan informan, dan kajian



literatur untuk menjawab permasalahan yang ada yakni, potensi daya tarik wisata perkotaan dan peranan dari daya tarik wisata terhadap wisata perkotaan di Kota Surakarta.

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2022 dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data primer yang dikaji dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung melalui observasi destinasi wisata perkotaan Kota Surakarta, serta wawancara dengan informan terkait mengenai destinasi wisata perkotaan tersebut. Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah informasi yang dikumpulkan dari penelitian-penelitian sebelumnya mengenai studi serupa.

Observasi penelitian ini dilakukan secara langsung di tempat yang bersangkutan tanpa perantara. Dalam hal tersebut, penelitian ini berada bersama objek yang diteliti langsung dan mengamati secara langsung. Penelitian ini dilakukan langsung di Kota Surakarta dengan melaksanakan observasi secara bertahap agar mendapatkan hasil yang maksimal dan efisien waktu. Di samping itu, penelitian ini juga menggunakan wawancara sebagai metode pengumpulan data yang merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab pertanyaan secara langsung atau tatap muka antara peneliti dan informan yang diwawancarai.

Narasumber yang terlibat dalam penelitian ini adalah anggota HPI yang juga merupakan pemandu wisata di Pura Mangkunegaran yang termasuk daya tarik wisata terkenal dan populer di kalangan wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Narasumber kedua yaitu pelaku usaha / ketua himpunan pengusaha di Kampung Batik Kauman yang mana juga berfungsi sebagai tempat wisata belanja (shopping tourism). Selanjutnya peneliti juga berdiskusi secara langsung dengan pemilik usaha Selat Mbak Lies yang merupakan salah satu daya tarik wisata kuliner (culinary tourism) di Kota Surakarta.

HASIL DAN PEMBEHASAN

1. Pemetaan Daya Tarik Wisata di Kota Surakarta

Pengembangan pariwisata di Kota Surakarta menjadi poin utama yang tengah dilakukan oleh pemerintah daerah. Untuk mendukung hal tersebut, diperlukan adanya pemetaan lokasi daya tarik wisata agar wisatawan lebih nyaman dan efisien untuk mencari lokasi pariwisata yang ada di Kota Surakarta. Kota Surakarta merupakan destinasi pariwisata yang menekankan nilai budaya dan sejarahnya. Namun tidak hanya itu, Kota Surakarta sebagai destinasi pariwisata juga memiliki keunikan daya tarik wisata di bidang seni bahkan kuliner.

Daya tarik wisata yang ditawarkan oleh Kota Surakarta terbagi menjadi 5 jenis yakni, sejarah, budaya, seni, buatan, hingga kuliner. Berdasarkan jenis tersebut, setidaknya terdapat 22 daya tarik wisata di Kota Surakarta yang tersebar dalam 5 kecamatan. Di satu sisi, Kecamatan Laweyan menjadi kecamatan yang memiliki daya tarik wisata khususnya seni dan budaya yang lebih banyak dibandingkan kecamatan lainnya. Terdapat 8 daya tarik wisata seni dan budaya yang ada di Kecamatan Laweyan seperti, Museum Radya Pustaka, Wayang Orang Sriwedari, THR Sriwedari, Museum Danar Hadi, Museum Keris, Lokananta, Museum Tumurun, dan Loji Gandrung.

Di sisi lain, wisata kuliner di Kota Surakarta dapat ditemukan di Kecamatan Serengan, dan Kecamatan Jebres, yakni di Selat Mbak Lies, Pasar Gede, serta Gladak Langen Bogan (Galabo). Adapun daya tarik wisata buatan yang tersebar di Kecamatan Jebres dan Kecamatan Banjarsari, yaitu Taman Satwataru Jurug, Taman Balekambang, serta Monumen 45 Banjarsari Villa Park.



2. Peran Daya Tarik Wisata dalam Mendukung Wisata Perkotaan di Kota Surakarta

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Seperti yang telah dijelaskan pada poin sebelumnya, daya tarik wisata di Kota Surakarta terbagi menjadi sejarah, budaya, seni, buatan, hingga kuliner.

Dari kelima jenis tersebut, Wayang Orang Sriwedari menjadi daya tarik wisata seni dan budaya unggulan di Kota Surakarta dimana selain akses yang mudah dijangkau karena berada di tengah kota, daya tarik wisata tersebut menjadi satu-satunya pertunjukan budaya wayang orang yang ada di Indonesia. Kemudian adapun Selat Mbak Lies sebagai daya tarik wisata kuliner dimana kuliner yang disajikan adalah makanan khas dari Kota Surakarta yaitu selat. Daya tarik sejarah juga dapat dilihat dari banyaknya situs bersejarah serta museum yang tersebar di Kecamatan Pasar Kliwon, Banjarsari dan Kecamatan Laweyan seperti Keraton Kasunanan di Kecamatan Jebres, Pura Mangkunegaran di Kecamatan Banjarsari, hingga museum-museum bersejarah seperti Radya Pustaka, Museum Keris, dan Museum Batik Danar Hadi yang terletak di Kecamatan Laweyan.

Daya tarik sejarah yang ada di Kota Surakarta tersebut menjual karakteristik yang khas dari Kota Surakarta yang memiliki kebudayaan Jawa. Taman Satwataru Jurug, Taman Balekambang, dan Monumen 45 Banjarsari/Villa Park juga menjadi daya tarik buatan favorit di Kota Surakarta dengan harga tiket yang terjangkau namun tetap menyajikan nuansa wisata perkotaan yang sepadan.

Berdasarkan hasil diatas, dapat dikatakan bahwa kelima daya tarik wisata tersebut memiliki peranan yang penting untuk

mendukung aktivitas wisata perkotaan di Kota Surakarta. Peranan tersebut dapat memikat datangnya pengunjung ke Kota Surakarta untuk menikmati masing-masing daya tarik yang ada, sehingga mampu untuk menunjang aktivitas perekonomian pariwisata di Kota Surakarta.

3. Pura Mangkunegaran

Pura Mangkunegaran secara tertulis berdiri pada tanggal 17 Maret 1757. Pada mulanya Pura Mangkunegaran merupakan bagian dari Kerajaan Mataram Islam hingga pada akhirnya VOC melalui politik *Devide et impera* memiliki niatan untuk membuat perpecahan hingga Kerajaan Mataram Islam terpecah melalui perjanjian Giyanti yaitu perpecahan dua Kerajaan Kasunanan dan Kerajaan Kasultanan tahun 1757. Dua tahun setelahnya terjadi perjanjian Salatiga 17 Maret 1757, perjanjian tersebut berisi tentang Raden Mas Said menjadi seroang pemimpin kerajaan yang notabene bukan sebagai seorang raja melainkan sebagai Pangeran Adipati. Setelah dibawa ke Kota Surakarta kemudian beliau menggunakan gelar Mangkunegaran yang diambil dari nama ayahnya dan mendirikan keluarga kerajaan bernama Mangkunegaran.

Pada tanggal 1 September 1945 dikeluarkan maklumat Mangkunegaraan yang berisi tentang bergabungnya Mangkunegaran dengan Republik Indonesia tetapi, pemerintah melihat potensi besar Mangkunegaran untuk melestarikan kebudayaan Jawa sebagai identitas Indonesia. Sebagai bentuk timbal balik pemerintah adalah diberikannya subsidi untuk pemeliharaan. Kemudian pada tahun 1968 Mangkunegaran mulai dibuka umum dengan tujuan memperkenalkan budaya Jawa kepada orang banyak dan hingga saat ini digunakan untuk kegiatan Pariwisata. Fungsi utama Pura Mangkunegaran saat ini adalah sebagai tempat pemusatan pelestarian kebudayaan adat Jawa.

Pada saat pandemi PemKot Surakarta menyatakan semua tempat umum tutup dan Pura Mangkunegaran baru ditutup dua hari



setelahnya. Kota Surakarta menjadi kota PSBB pertama pada Maret 2020 dan Mangkunegaraan mengikuti aturan pemerintah menutup untuk wisatawan dan terjadi dalam kurun waktu 5 bulan.

Pada kondisi tersebut, Pura Mangkunegaran sangat merasakan dampaknya mulai dari tidak adanya pemasukan hingga kesulitan dalam biaya operasional. Setelah adanya new normal dan konsultasi dengan gugus covid Pura Mangkunegaran kembali dibuka dengan upaya penerapan protokol kesehatan seperti penggunaan masker, sarung tangan, face shield, dan mencuci tangan. Mulai pada tahun 2021 keadaan berlangsung membaik, wisatawan Pura Mangkunegaran mulai berdatangan meskipun belum sepenuhnya normal seperti keadaan sebelum adanya pandemi. Terlebih lagi, pada saat pergantian raja pada bulan Maret 2022 dan Pura Mangkunegaran kembali mendapatkan exposure karena adanya liputan dari media sehingga wisatawan mulai menaruh tertarik dengan “Pemuda 25 tahun yang menjadi Raja”.

Selain itu, adanya pemanfaatan teknologi digital sebagai bentuk promosi Pura Mangkunegaran juga membantu eksistensi tempat tersebut. Upaya yang dilakukan Pura Mangkunegaran adalah dengan membawa Pura Mangkunegaran lebih dekat kepada wisatawan menggunakan pemanfaatan perkembangan teknologi digital melalui pembuatan website pribadi dan akun media sosial. Selain melakukan promosi melalui media digital, Pura Mangkunegaran juga melakukan promosi secara tidak langsung melalui kegiatan event dan konser yang menggunakan Pura Mangkunegaran sebagai venue dalam kegiatan tersebut. Dengan catatan kegiatan yang dilakukan harus memiliki kaitan dengan unsur kebudayaan. Hal ini dirasa sangat memberikan nilai positif karena Pura Mangkunegaran dapat lebih dikenal masyarakat luas melalui adanya kegiatan seperti event dan konser yang berlangsung di tempat tersebut.

Pengunjung Pura Mangkunegaran datang paling banyak di Hari Raya dan tahun baru. Jumlah akumulasi pengunjung terbagi menjadi dua yaitu high season dan low season. High season dimulai bulan Mei-Agustus dikarenakan bulan tersebut menjadi waktu libur wisatawan domestic maupun mancanegara. Sedangkan low season berlangsung pada bulan lain selain yang disebutkan sebelumnya dan pengunjung biasanya banyak datang di akhir pekan dan libur nasional. Pura Mangkunegaran dapat menjual kurang lebih 1000 tiket per bulan. Dimana terdapat pengunjung domestic yang datang dari berbagai kota di Seluruh Indonesia dan pengunjung mancanegara seperti wisatawan Belanda, Jerman, Prancis, Italia, Polandia, dan Amerika.

Sebagai tempat pemusatan pelestarian kebudayaan adat jawa, Pura Mangkunegaran memiliki nilai budaya, sejarah, arsitek yang dikemas menjadi satu dalam konsep yang unik. Dimana, wisata sejarah merupakan wisata mengenai asal usul keluarga mangkunegaran yang terkait dengan perkembangan Kota Surakarta. Wisata budaya merupakan wisata mengenai kegiatan kegiatan terdahulu yang merupakan gambaran kebiasaan dan tradisi keluarga seperti memainkan gamelan di Pendopo. Wisata arsitek yang merupakan pemaparan dari bangunan Pura Mangkunegaran yang memperlihatkan kombinasi antara bangunan Jawa dan aksesoris Eropa.

Adapun yang menjadi daya tarik utama dari wisata di Pura Mangkunegaran adalah koleksi sejarah di museum, salah satunya Bandong atau lebih dikenal dengan alat anti selingkuh. Selain itu, sebagai salah satu fasilitas yang disediakan di Pura Mangkunegaran, pengunjung bisa mengikuti acara berupa upacara adat seperti malam satu suro dengan syarat menggunakan busana jawi jangkep sekaligus acara yang bersifat pembelajaran seperti acara latihan menari di pendopo yang hanya dapat diikuti oleh mahasiswa yang memiliki basic kesenian.



Upaya Pura Mangkunegaran dalam melestarikan tempat ini ditengah modernisasi Kota Surakarta adalah dengan selalu mengikuti perkembangan teknologi digital dan Pura Mangkunegaran juga sangat menjaga keberlangsungan sanggar tari yang dimiliki yang bernama Suryo Sumiat.

4. Kampung Batik Kauman

Melihat potensi sejarah, budaya, seni, ekonomi, hingga pada 2006 Kampung Batik Kauman membrandingkan diri sebagai kampung wisata yang awalnya Kampung Batik Kauman hanya sebatas memiliki potensi daya tarik berupa batik namun ternyata lebih dari sekedar itu. Di satu sisi, Kampung Batik Kauman memiliki sejarah batik yang sangat melekat. Di sisi lain, Kampung ini juga memiliki homestay yang bertaraf Internasional. Dengan kata lain, selain memiliki potensi pada batiknya, Kampung Batik Kauman juga dinilai sangat berpotensi pada bidang lain seperti akomodasi, kuliner, dan industri.

Dampak pandemi pada Kampung Batik Kauman sebagai salah satu destinasi wisata budaya sangat terlihat dengan jelas. Sebelum adanya pandemi, Kampung Batik Kauman dapat beraktivitas dengan baik dan sangat lancar. Namun, pada saat pandemi semua tempat dan sektor usaha yang ada di Kampung ini terkena imbas dan sangat terpuakul karena Kampung ini berlokasi di tengah kota yang jalannya strategis.

Dengan adanya penutupan akses jalan oleh pemerintah Kampung ini tidak dapat dikunjungi sehingga berpengaruh terhadap aktivitas wisata di Kampung Batik Kauman. Hal ini, membuat berkurangnya pemasukan dan pendapatan Kampung Batik Kauman. Meskipun demikian, strategi Kampung Batik Kauman dalam menghadapi pandemi adalah dengan bertahan melalui ide-ide kreatif yang muncul salah satunya adalah penambahan usaha seperti toko-toko offline yang juga menjual secara online. Selain itu, ada pun usaha kuliner dan delivery order.

Daya tarik wisata Kampung Batik Kauman antara lain adalah wisata belanja, budaya, serta wisata edukasi. Daya tarik tersebut tentu sudah menjadi nilai utama dari Kampung Batik Kauman. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa Kampung Batik masih memiliki banyak potensi lain yang perlu dikembangkan.

5. Selat Mbak Lies

Selat adalah makanan yang sebenarnya berasal dari Negara Eropa. Belanda memperkenalkan masakan khas Eropa, salad yang terkenal sebagai makanan mewah bagi masyarakat Jawa dan kemudian diplesetkan menjadi nama selat.

Pada awal berdirinya Selat Mbak Lies di tahun 1985, mulanya Selat Mbak Lies hanya berjualan dengan dua meja dengan tempat yang sangat terbatas. Kemudian di tahun 1987, Selat Mbak Lies menetapkan untuk berjualan selat menggunakan etalase yang masih sederhana. Tahun 1991, Selat Mbak Lies mulai meningkatkan potensi usahanya di bidang kuliner dengan berpindah menggunakan tempat yang lebih baik. Setelah memperoleh eksistensi sebagai wisata kuliner, Selat Mbak Lies membangun ciri khasnya sendiri dengan menggunakan nama bersejarah bagi Mbak Lies selaku pemilik tempat setiap meja yang ada sebagai penanda.

Konsep unik yang diterapkan pada Selat Mbak Lies adalah dengan memanfaatkan space yang telah tersedia sebelumnya dan mengubahnya menjadi ruang makan tanpa melepas ciri tersendiri dari masing-masing ruangan tersebut. Salah satunya ada ruangan garasi yang digunakan atau dimodifikasi untuk tempat makan para pengunjung dengan kode 'GRS1' atau 'GRS2'.

Tidak hanya memanfaatkan garasi saja, Selat Mbak Lies juga membongkar ruang tamu pribadi dan diberi nama meja Indiana Jones yang terinspirasi dari judul film Indiana Jones. Selain itu terdapat meja adam dan inul yang dulunya kamar anak Mbak Lies yang kemudian dibongkar dan dimanfaatkan untuk pengunjung



lesehan. Adapun tembok-tembok yang juga dibongkar dan diberi nama galih dan ratna, mertua dan menantu. Selain itu terdapat lukisan yang berfungsi sebagai hiasan untuk memperelok citra tempat makan tersebut yang mana lukisan-lukisan tersebut bermakna dari sejarah pribadi Mbak Lies.

Konsep tempat yang dibangun di Selat Mbak Lies adalah konsep ala Jawa dan Eropa. Selain itu, Mbak Lies selaku pemilik juga memajang keramik sebagai ciri khas yang melekat dan dapat dinikmati oleh pengunjung yang datang. Terlepas dari konsep tempatnya yang terbilang unik, Selat Mbak Lies juga tentunya menjaga kualitas makanan masakan, dan kualitas pelayanan. Keunikan lainnya juga dapat dilihat dari seragam yang digunakan oleh karyawan di Selat Mbak Lies yakni seragam ala Jawa dan Belanda dengan model yang berganti-ganti setiap harinya.

Nilai jual dan daya tarik yang dimiliki Selat Mbak Lies sebagai salah satu destinasi wisata kuliner tidak hanya dilihat dari menu atau keunikan tempatnya saja tetapi juga dapat dilihat dari barang-barang unik yang dijual sebagai souvenir di tempat tersebut. Salah satunya, Selat Mbak Lies juga menjual sapu dengan model serta kualitas yang berbeda dan keramik dengan model dan motif yang unik yang dapat dibeli oleh pengunjung.

Sebelum pandemi keadaan Selat Mbak Lies dilakukan seperti biasanya tetapi pada tahun 2007-2016 keadaan Selat Mbak Lies tidak kondusif seperti kasir yang berkuasa dengan membawa nota serta uang yang digunakan atau disalahgunakan dengan tidak seharusnya. Saat memasuki pandemi tahun 2020 awal, Selat Mbak Lies sempat tutup selama 3 bulan karena keadaan yang mencekam, dipulangkannya karyawan, banyaknya korban serta tidak adanya pembeli. Untuk bertahan ditengah pandemi Selat Mbak Lies sempat membuka dan menutup kembali akses pembeli karena dampak PPKM, dan memperlakukan dine in dengan memberikan waktu makan selama 20 menit. Saat ini Selat

Mbak Lies berharap warung lebih ramai agar bisa mencukupi kebutuhan serta gaji para karyawannya.

Selat Mbak Lies saat ini juga berusaha untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi atau menjual secara online agar lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat luas. Selat Mbak Lies adalah salah satu bentuk wisata kuliner yang wajib dikunjungi karena keunikan tempat, fasilitas dan pelayanan, serta kualitas makanannya yang tidak diragukan lagi.

PENUTUP

Kesimpulan

Kota Surakarta memiliki beragam daya tarik wisata yang sangat berpotensi dan bisa berkembang melalui peranannya sejak dahulu hingga saat ini. Dengan bantuan pemerintah Kota Surakarta yang diberikan kepada destinasi wisata yang sudah ada maupun akan datang memberikan dampak positif agar bisa terus berkembang baik dari segi pengelolaan dan pemberdayaan, melalui hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan dengan ini Kota Surakarta sudah dapat dikategorikan dalam wisata perkotaan.

Wisata perkotaan di Kota Surakarta dapat dipetakan dalam 5 kecamatan yang memiliki daya tarik sejarah, budaya, seni, buatan, hingga kuliner. Berdasarkan kelima daya tarik tersebut, diketahui bahwa daya tarik wisata budaya mendominasi wisata perkotaan di Kota Surakarta. Dari hasil penelitian ini, tercatat 22 destinasi pariwisata yang tersebar dalam 5 kecamatan di Kota Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Biantoro, R., & Ma'rif, S. (2014). Pengaruh Pariwisata Terhadap Karakteristik Sosial Ekonomi Masyarakat pada Kawasan Objek Wisata Candi Borobudur Kabupaten Magelang. *Jurnal Teknik PWK*, 3(4), 1038–1047.
- [2] Shantika, B., & Mahagangga, I. G. (2018). Dampak Perkembangan pariwisata Terhadap Kondisi sosial Ekonomi



- Masyarakat di Pulau Nusa Lembongan. *JURNAL DESTINASI PARIWISATA*, 6(1), 177. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2018.v06.i01.p27>
- [3] Dinas Pariwisata. (2015). *Objek Wisata (Jiwa), 2013-2015*. Badan Pusat Statistik kota surakarta. Retrieved December 30, 2022, from <https://surakartakota.bps.go.id/indicator/16/49/1/objek-wisata.html>
- [4] Indonesia. Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Jakarta.
- [5] Agfianto, T., Wijayanto, N., Nujicha, F. U., & Nugroho, A. A. (2022). Land Function Transfer: The Transformation of Agriculture Land to Agriculture Tourism Sites in Polobogo, Semarang.
- [6] Uysal, U. E. (2013). Urban Tourism Promotion: What makes the difference. *Current Research Journal of Social Sciences*, 5(1), 17–27. <https://doi.org/10.19026/crjss.5.5535>
- [7] Emekli, G. (2013). An Approach to Tourism Learning Regions and City Tourism - A Theoretical Approach to Tourism Learning Regions, Cities and City. *International Geography Symposium*, 3rd.
- [8] Haryoko, S., Aryati, I., & Damayanti, R. (2020). Potensi Pariwisata Keraton Kasunanan Surakarta Ditinjau dari Daya Tarik, Lokasi dan Promosi. *Edunomika*, 4(1), 155–162.
- [9] Kurniansah, R., & Rosida, L. (2019). Strategi Pengembangan pariwisata Perkotaan (Urban Tourism) Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat. *MEDIA BINA ILMIAH*, 14(2), 2061. <https://doi.org/10.33758/mbi.v14i2.304>
- [10] Novy, J. (2019). Urban tourism as a bone of contention: Four explanatory hypotheses and a caveat. *International Journal of Tourism Cities*, 5(1), 63–74. <https://doi.org/10.1108/ijtc-01-2018-0011>