

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Landasan Teori**

Landasan Teori menjabarkan hal-hal atau teori apa saja yang akan digunakan dalam penelitian ini. Susunan teori dari para ahli yang berasal dari beberapa sumber untuk mendukung jalannya penelitian. Kajian pustaka diperlukan untuk menyusun instrumen dan mengontrol jalannya penelitian. Teori tersebut meliputi teori tentang pengembangan, daya tarik wisata malam, event budaya, dan peningkatan fasilitas.

##### **2.1.1 Definisi Pariwisata**

Secara etimologi istilah pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta “pari” yang berarti ‘seluruh, semua atau penuh’ dan “wisata” yang berarti ‘perjalanan’.

Pariwisata adalah perjalanan seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat lain dalam jangka waktu tertentu, untuk tujuan rekreasi dan hiburan (Prayogo&Febrianita, 2018).

Pariwisata mengandung tiga unsur antara lain: manusia, yaitu unsur insani sebagai pelaku kegiatan pariwisata; tempat, yaitu unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri; dan

waktu, yaitu tempo yang dihabiskan dalam perjalanan tersebut dan selama berdiam di tempat tujuan. Jadi, definisi pariwisata adalah salah satu dari industri baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam hal mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan (Utama *et al*, 2017).

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 pada Pasal 1 mengemukakan bahwa:

“Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah”.
4. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan

setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

5. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
6. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
7. Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
8. Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.”

Berdasarkan paparan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan perjalanan sementara waktu yang dilakukan untuk hiburan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok

orang karena adanya daya tarik wisata di daerah yang dituju.

### **2.1.2 Konsep Pengembangan Pariwisata**

Pengembangan pariwisata merupakan suatu usaha untuk mengembangkan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada di tempat wisata untuk dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung (Barreto, 2015).

Pengembangan pariwisata modern melibatkan pengelolaan sumber daya dengan cara yang memungkinkan memenuhi kebutuhan wisatawan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan saat ini saja (UNWTO, 2022).

Dari beberapa pengertian di atas tentang pengembangan pariwisata, maka pengembangan pariwisata menurut penulis adalah proses sistematis yang dirancang untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik wisata dengan tujuan memaksimalkan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan bagi komunitas lokal, pengunjung, dan pemangku kepentingan.

Proses ini melibatkan perencanaan, pengelolaan, dan pemasaran destinasi secara berkelanjutan dengan pendekatan berbasis teknologi, inovasi, dan keterlibatan aktif dari masyarakat

lokal untuk memastikan keberhasilan jangka panjang dan dampak positif terhadap semua aspek terkait.

Pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan mengembangkan infrastruktur serta menyediakan fasilitas rekreasi sehingga wisatawan dan penduduk setempat saling diuntungkan.

Pengembangan pariwisata akan berhasil dengan baik jika penerapan komponen-komponen pariwisata dilakukan secara integratif, yaitu:

- 1) Pengembangan menyangkut aktivitas dan daya tarik wisata;
- 2) Pengembangan tentang transportasi;
- 3) Pengembangan tentang akomodasi yang baik dan nyaman;
- 4) Pengelolaan tentang elemen-elemen institusional;
- 5) Pengembangan tentang insfrastruktur;
- 6) Pengembangan tentang pelayanan dan fasilitas wisata lainnya.

Inskeep dalam Emron (2019)

Dalam pengembangan destinasi wisata, komponen-komponen utama yang harus diperhatikan mencakup berbagai aspek yang saling terkait untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan destinasi. Berikut adalah komponen-komponen utama dalam pengembangan destinasi wisata:

#### 1. Akomodasi

Akomodasi mencakup semua jenis tempat tinggal yang disediakan untuk wisatawan, mulai dari hotel, resor, hingga

penginapan seperti hostel dan homestay. Kualitas akomodasi berpengaruh besar terhadap pengalaman wisatawan (Cottam, 2023)

## 2. Atraksi dan Aktivitas

Atraksi adalah objek atau tempat yang menarik perhatian wisatawan, seperti situs sejarah, taman, atau landmark. Aktivitas meliputi berbagai kegiatan yang bisa dilakukan wisatawan seperti tur, olahraga, atau festival (Kim, 2023)

## 3. Fasilitas dan Layanan Pendukung

Fasilitas dan layanan pendukung meliputi restoran, toko, pusat informasi wisata, dan layanan lainnya yang meningkatkan pengalaman wisatawan dan memenuhi kebutuhan mereka selama berada di destinasi (Liu, 2023)

Dari pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata merupakan upaya yang terkoordinasi untuk melengkapi pelayanan dan infrastruktur guna meningkatkan jumlah wisatawan.

### 2.1.3 Pengembangan Daya Tarik Wisata

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.

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan bahwa Daya Tarik Wisata bisa dijelaskan sebagai segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan. Sedangkan dalam undang-undang nomor 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa Daya Tarik Wisata adalah suatu yang menjadi sasaran wisata, yang terdiri dari beberapa hal, yaitu :

1. Daya Tarik Wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang terdiri dari keadaan alam, flora dan fauna;
2. Daya Tarik Wisata hasil karya manusia yang terdiri dari museum, peninggalan sejarah, seni dan budaya, wisata agro, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi, dan kompleks hiburan; dan
3. Daya Tarik Wisata minat khusus, merupakan suatu hal yang menjadi daya tarik sesuai dengan minat dari wisatawannya seperti berburu, mendaki gunung, menyusuri gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat ziarah dan lain-lainnya.

Berdasarkan pengertian diatas penulis mendefinisikan bahwa daya tarik wisata merupakan suatu keunikan dan keistimewaan yang dimiliki di suatu obyek wisata sehingga bisa menarik wisatawan berkunjung.

Daya tarik wisata merupakan fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi. Dalam arti, daya tarik wisata sebagai penggerak utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Potensi daya tarik wisata memiliki beberapa tujuan diantaranya;

- (a) memperoleh keuntungan baik dari segi ekonomi berupa devisa negara dan pertumbuhan ekonomi serta dari segi sosial berupa peningkatan kesejahteraan rakyat dan menghapuskan kemiskinan,
- (b) menghapuskan kemiskinan dengan pembukaan lapangan pekerjaan dan mengatasi pengangguran
- (c) memenuhi kebutuhan rekreasi masyarakat, sekaligus mengangkat citra bangsa dan memperkuuh jati diri bangsa, memupuk rasa cinta tanah air melalui pengusahaan daya tarik dalam negeri
- (d) melestarikan alam, lingkungan dan sumberdaya, sekaligus memajukan kebudayaan melalui pemasaran pariwisata, dan
- (e) mempererat persahabatan antar bangsa dengan memahami nilai agama, adat istiadat dan kehidupan Masyarakat

(Ismayanti, 2009).

Berdasarkan paparan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan daya tarik wisata adalah suatu cara yang terkoordinir untuk mengoptimalkan potensi dan keistimewaan pada sebuah destinasi wisata yang akan menambah jumlah kunjungan wisatawan.

Selain itu, daya tarik wisata juga perlu dilengkapi dengan atraksi. Atraksi merupakan komponen yang vital karena atraksi merupakan faktor penarik dan pendorong bagi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi pariwisata. Atraksi dapat berbentuk pemanfaatan alam sebagai wahana atraksi dan atraksi yang memanfaatkan budaya sebagai pertunjukkan seni yang dikembangkan oleh Masyarakat (Sedarmayanti, dkk: 2018).

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa atraksi merupakan faktor penarik bagi wisatawan yang dapat mempengaruhi perkembangan suatu destinasi. Atraksi sendiri dapat memanfaatkan budaya sebagai pertunjukkan seni.

#### **2.1.4 Daya Tarik Wisata Malam Berbasis Perkotaan**

Keberadaaan perkotaan sangat mendukung kegiatan pariwisata, karena menawarkan fasilitas yang memadahi, meliputi;

akomodasi, hiburan, dan fasilitas lainnya bagi wisatawan.

Pariwisata perkotaan (*urban tourism*) merupakan salah satu bentuk pengembangan pariwisata di area perkotaan sebagai komoditas utama pariwisata, yang mempunyai spot didalam kota, dan mempunyai elemen-elemen kota. Pariwisata perkotaan merujuk pada aktivitas wisata di area perkotaan (Wijayanti, 2022).

Pariwisata perkotaan sendiri memiliki karakteristik yang menjadi daya tarik bagi wisata itu sendiri. Elemen utama dari produk pariwisata perkotaan yang menentukan daya tarik sebuah kota bagi pengunjung dan memberikan alasan utama mengapa wisatawan mau mengunjungi kota-kota tersebut (Wijayanti,2022).

Berbagai jenis daya tarik wisata yang dikembangkan di daerah perkotaan, seperti wisata alam, wisata sejarah, wisata budaya, wisata pendidikan, wisata belanja, dan wisata malam (Dinas Pariwisata dalam Azmi, 2017).

Salah satu produk unggulan dan daya tarik wisata malam, yakni kuliner. Kuliner khas yang disajikan menjadi icon dan alat promosi yang sangat strategis. Selain sebagai daya tarik wisata, pengembangan kuliner khas dan tradisional juga menjadi salah satu sarana pelestarian budaya (Wijayanti, 2022)

Wisata kuliner malam hari dapat dikemas dalam bentuk festival kuliner yang dikemas dalam bentuk kombinasi kuliner dan seni-budaya. Sinergisitas kuliner, belanja, dan budaya yang

diimplementasikan dalam pengembangan pasar malam menjadi salah satu alternatif aktivitas wisata malam yang banyak diminati wisatawan. Pasar malam menjadi daya tarik wisata malam, sekaligus bentuk pemberdayaan masyarakat yang mencakup tiga bidang, yakni: menciptakan iklim yang kondusif, mendorong potensi yang ada, dan melindungi yang kurang beruntung (Wijayanti, 2022).

Wisata malam menjadi bagian penting dalam pengembangan pariwisata dan strategi pembangunan kota yang tidak bisa dilepaskan dari kearifan lokal Masyarakat. Produk pariwisata perkotaan memiliki beberapa karakter, yakni aktivitas wisatawan, atraksi budaya, *event*, wisata belanja, kota sebagai tuan rumah *event*, kehidupan malam, dan makanan dan minuman lokal (Wijayanti, 2022).

Saat ini yang menjadi tren dari pariwisata ialah dengan mengembangkan pariwisata perkotaan atau yang biasa disebut dengan *urban tourism*. Daya tarik dari pariwisata perkotaan ini hanya menunjukkan pariwisata yang berada di daerah perkotaan saja atau yang berlokasi di perkotaan. Karakteristik dari pariwisata perkotaan ini ialah bentuk penggunaan fasilitas kota yang tersedia dan bisa digunakan oleh masyarakat kota, wisatawan lokal maupun mancanegara sebagai daya tarik wisatanya.

Wisata malam terbentuk sebagai dampak dari perubahan

budaya konsumsi masyarakat yang menyukai aktivitas hiburan pada malam hari, sehingga mendorong terwujudnya kreativitas kota. Wisata malam merupakan salah satu produk yang dapat dikembangkan sebagai strategi mempertahankan daya saing sebuah destinasi wisata (Wijayanti,2022).

Berdasarkan paparan yang telah dikemukakan, maka dapat disimpulkan bahwa wisata malam berbasis perkotaan merupakan sebuah destinasi wisata di perkotaan yang memiliki daya tarik untuk dikunjungi seperti suasana malam perkotaan, event budayanya, kuliner khas, serta hal menarik lainnya yang menjadi daya tarik untuk dikunjungi wisatawan.

### **2.1.5 Faktor Pendukung dan Penghambat Pengelolaan Daya Tarik Wisata**

Menurut Riyadi dan Bratakusumah dalam Kawengian dkk (2018) menjelaskan bahwa keberhasilan pembangunan pariwisata harus memperhatikan lima faktor, yang antara lain:

- 1) Faktor Lingkungan;
- 2) Sumber daya Manusia;
- 3) Sistem yang digunakan;
- 4) Perkembangan ilmu dan teknologi;

## 5) Faktor Pendanaan.

Suksesnya sebuah pembangunan pariwisata terdiri dari beberapa faktor yang saling bersinergi satu dengan yang lainnya. Sebagai contoh berdasarkan hasil penelitian Susanto dan Kiswantoro (2020) sebuah limbah pada lingkungan Sungai Mahakam merupakan faktor penghambat eksternal dari pengelolaan wisata susur sungai Mahakam.

Penelitian yang dilakukan Syahrin (2020) menyebutkan bahwa faktor pendukung dalam pengelolaan objek wisata Taman Air Mancur Sri Baduga terdiri atas: Faktor konsep hiburan; Faktor penerapan kebudayaan Sunda; dan Faktor pemasaran, adapun faktor penghambat dari objek wisata Taman Air Mancur Sribaduga diantaranya: Faktor kondisi fasilitas pendukung; Faktor sumber daya air; dan Faktor pendanaan pengelolaan.

Pembangunan wisata juga memerlukan sebuah kerjasama antara masyarakat dan pengelola wisata, sebagaimana penelitian dari Hermawati dan Winarno (2020) yang menjelaskan bahwasanya terdapat kerjasama yang baik antara warga selaku pengelola Desa wisata Ngalrenggeran dengan berbagai pihak pemerintahan.

Faktor lingkungan menurut Riyadi dan Bratakusumah dalam Kawengian dkk (2018) terdiri dari tiga aspek yang perlu diperhatikan seperti aspek masyarakat, lingkungan, dan budaya.

Masyarakat, lingkungan dan budaya pada faktor lingkungan merupakan sebuah aspek yang saling berhubungan karena terkait bagaimana sebuah pariwisata berjalan sesuai permintaan wisatawan yang tentu harus mempertimbangkan lingkungan sekitar dan budaya lokal.

Aspek masyarakat menurut Riyadi dan Bratakusumah dalam Kawengian dkk (2018) menjelaskan bahwa perencanaan pembangunan pariwisata harus mempertimbangkan kebutuhan akan layanan yang diperlukan bagi wisatawan, selain itu masyarakat juga perlu untuk dibina agar tumbuh jiwa masyarakat yang sadar wisata yang nantinya akan membuat wisatawan nyaman dan memberikan umpan balik kepada masyarakat.

Aspek kedua adalah aspek lingkungan, menurut Riyadi dan Bratakusumah dalam Kawengian dkk (2018) lingkungan dalam objek wisata harus dapat dipelihara agar tidak rusak dan tercemar. Aspek terakhir dalam faktor lingkungan adalah aspek budaya, dimana menurut Riyadi dan Bratakusumah dalam Kawengian dkk (2018) merupakan sebuah aspek dimana suatu budaya dalam sebuah objek wisata tidak perlu diganti dengan budaya baru, namun cukup menjaga kelestarian dan dijadikan sebagai aspek unggulan.

Faktor sumber daya manusia menurut Riyadi dan Bratakusumah dalam Kawengian dkk (2018) mencakup bagaimana

suatu sumber daya manusia dapat mengelola dan memelihara destinasi wisata tersebut. Peran sumber daya manusia ini mencakup wisatawan dan pengelola objek wisata.

Faktor sistem yang digunakan menurut Riyadi dan Bratakusumah dalam Kawengian dkk (2018) merupakan faktor yang terdiri dari dua hal utama dalam merencanakan sebuah konsep perencanaan pariwisata yakni permintaan (*Demand*) dan penawaran (*Supply*). Konsep perencanaan pariwisata harus dapat menyesuaikan bagaimana konsep penawaran dari destinasi wisata dengan permintaan wisatawan.

Faktor perkembangan ilmu dan teknologi menurut Riyadi dan Bratakusumah dalam Kawengian dkk (2018) menjelaskan bahwa destinasi wisata harus dapat menyesuaikan pelayanan dengan perkembangan teknologi dan keilmuan.

Faktor pendanaan menurut Riyadi dan Bratakusumah dalam Kawengian dkk (2018) merupakan sebuah faktor dimana pemerintah harus dapat memprioritaskan kebutuhan pendanaan untuk pembangunan pada aspek lain di wilayahnya. Selain faktor-faktor pendukung, dalam pembangunan pariwisata juga terdapat faktor penghambat.

Dalam pengembangan suatu daya tarik wisata tidak terlepas dari kondisi maupun pihak yang dapat menghambat keberlangsungan pengembangan pariwisata yang ada disuatu

daerah maupun negara. Faktor penghambat adalah hal atau kondisi yang dapat menghambat atau menggagalkan suatu kegiatan, usaha atau produksi (Wibowo, 2016).

Menurut Mellu, dkk (2018) terdapat beberapa faktor penghambat pengembangan Daya Tarik Wisata:

a. Aspek Sarana;

Sarana adalah kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam melakukan perjalanan.

b. Aspek Prasarana;

Pengembangan prasarana wisata menuju sebuah Objek dan DTW perlu dilakukan secara terus menerus dan melakukan perbaikan pada prasarana yang rusak sehingga memudahkan pengunjung sampai ke Daerah Tujuan Wisata sekaligus dapat meningkatkan daya dukung pengembangannya sehingga pemanfaatan DTW dapat dilakukan secara optimal.

c. Aspek Tata Laksana/Infrastruktur;

Infrastruktur mencakup situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik di atas permukaan tanah.

d. Aspek Masyarakat yang meliputi lingkungan dan budaya;

Aspek ini mempunyai peranan yang besar ketika wisatawan berkunjung ke objek wisata dan diterima dengan ramah. Dukungan dari masyarakat sangat diperlukan dalam pencapaian usaha pengembangan sebuah ODTW karena sesungguhnya ada peran serta masyarakat yang baik akan menjadi daya tarik tersendiri.

e. Aspek Kelembagaan;

Aspek ini meliputi pemanfaatan dan peningkatan kapasitas institusi sebagai mekanisme yang dapat mengatur berbagai kepentingan secara operasional merupakan organisasi dengan sumber daya manusia dan peraturan yang sesuai dan memiliki efisiensi yang tinggi.

f. Aspek Pengelolaan;

Yaitu dengan mengembangkan pola profesionalisme dan pola pengelolaan DTW.

g. Aspek Pengusaha dan;

Pihak pengusaha/swasta merupakan salah satu pihak yang dibutuhkan untuk kerjasama dalam mendukung pengembangan DTW menjadi lebih cepat.

h. Aspek Penelitian dan Pengembangan

Yaitu meliputi aspek fisik, lingkungan dan sosial ekonomi dari objek wisata.

Berdasarkan paparan di atas, maka dapat diketahui bahwa

terdapat faktor pendukung penghambat yang mempengaruhi keberlangsungan pariwisata.

### **2.1.6 Event Budaya**

Event adalah kegiatan yang dilakukan setiap hari, bulan atau tahun oleh sebuah organisasi dengan mendatangkan orang-orang ke suatu tempat untuk mendapatkan informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang disengaja dengan menunjukkan, menampilkan, dan merayakan hal-hal penting pada waktu tertentu (Haris, 2023).

Event merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang berhubungan secara adat, budaya, tradisi dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu (Noor, 2009).

Berdasarkan paparan di atas, maka dapat diketahui bahwa event merupakan sebuah acara pertunjukkan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal yang berhubungan dengan adat, budaya, tradisi dan agama dengan tujuan tertentu dengan melibatkan lingkungan masyarakat sekitar.

Budaya sebagai pertunjukkan seni atau apresiasi seni yang

dikembangkan oleh Masyarakat di suatu destinasi atau nilai tradisional yang merupakan tradisi yang diselenggarakan secara turun temurun yang memiliki budaya tinggi dapat dikunjungi wisatawan dan menjadi komponen yang vital untuk dikembangkan (Sedarmayanti, dkk: 2018).

Kebudayaan yang merupakan hasil cipta, rasa, karsa dan karya benda seni mengakar dalam masyarakat, dengan dasar itu seni budaya merupakan representasi dari kehidupan masyarakat, cinta alam, semangat gotong royong, pendidikan keimanan, dan sebagainya. Seringnya pertunjukan seni budaya lokal sangat membantu melestarikan aset berharga tersebut, selain juga mendukung perkembangan pariwisata.

Dengan demikian, kesenian yang termasuk wisata budaya, juga merupakan faktor yang berperanan dalam pembangunan pariwisata. Kesenian berperanan positif terhadap pengembangan pariwisata baik dari segi pemasukkan retribusi wisatawan, penginapan, warung makan, transportasi dan lama tinggal wisatawan. Hal ini akan berdampak pula kenaikan pendapatan pemerintah setempat dan penghasilan bagi para seniman dan seniwati yang melaksanakan pentas seni di lokasi wisata. Para pengusaha di bidang pariwisata akan mendapat keuntungan dengan melaksanakan pentas kesenian di lokasi wisata.

Keragaman budaya jika dikelola dan ditampilkan dengan

baik akan membentuk satu atraksi wisata budaya yang menarik dan akan dapat meningkatkan citra destinasi pariwisata. Sumber daya budaya yang dapat dimanfaatkan antara lain kesenian, bangunan bersejarah, seni patung dan seni lukis, peninggalan keagamaan, dan tradisi masyarakat. Sumber daya ini memungkinkan untuk menjadi faktor utama yang menarik wisatawan (Sedarmayanti, dkk: 2018).

Ada empat jenis event, yaitu *Leisure Event*, *Cultural Event*, *Personal Event*, dan *organizational Event*. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. *Leisure Event* merupakan kategori event yang berkembang banyak pada kegiatan keolahragaan yang di dalamnya memiliki unsur pertandingan dan mendatangkan banyak pengunjung.
2. *Personal Event* merupakan kegiatan yang didalamnya melibatkan anggota keluarga atau teman dimana kategori event ini dapat dikatakan lebih sederhana. Contoh pada *personal event* adalah penyelenggaraan pesta pernikahan dan lain-lain.
3. *Cultural Event* merupakan kegiatan yang identik dengan budaya atau memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tatanan masyarakat. Dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang kian pesat mendorong pula penyelenggaraan *cultural event* terkemas lebih menarik serta mampu menyesuaikan

dengan situasi serta kondisi pada era modern sehingga menjadi suatu susunan serta padu padan yang berkesan.

4. *Organizational Event* merupakan bentuk event yang diselenggarakan dengan tujuan organisasi. Contoh bentuk event pada *organizational event* antara lain konferensi pada sebuah partai politik, pameran/expo yang diselenggarakan oleh suatu organisasi/perusahaan dengan kepentingan organisasi/perusahaan tersebut. Noor dalam Haris (2023).

Jenis event berdasarkan acaranya, sebagai berikut:

1. Hari-hari dan pekan-pekan khusus. Suatu organisasi sering kali memilih suatu hari atau pekan-pekan tertentu yang diresmikan untuk tujuan dan kegiatan organisasinya yang ditetapkan secara resmi. Jika ini tercapai, maka berbagai aktivitas yang telah direncanakan organisasi untuk peristiwa khusus ini akan memperoleh perhatian publik.
2. Pameran dan pertunjukan. Pameran dan pertunjukan barang dan jasa yang telah memikat minat khalayak adalah segi penting dari kebanyakan program. Pameran dagang bisnis dan profesional, pekan raya internasional serta pameran lokal dan regional menyediakan berbagai sarana untuk dipertunjukkan.
3. Rapat dan konferensi. Konferensi, konvensi dan rapat diselenggarakan dengan para pemuka pendapat dan tokoh

masyarakat dari luar contohnya adalah pertemuan tahunan dan regional para pemegang saham menyediakan berbagai forum guna melaporkan kedudukan keuangan perusahaan.

4. Peringatan. Upacara peringatan dari organisasi bisnis dan sosial menciptakan suatu kesempatan berkomunikasi dengan publik yang berkenaan dengan kemajuan, presentasi dan sumbangsih organisasi. Tujuannya adalah menumbuhkan perasaan bangga dan kepercayaan diri bagi publiknya.
5. Hadiah khusus. Berbagai hadiah khusus bagi para karyawan, pemilik saham, pedagang atau para pelanggan merupakan kesempatan yang baik.
6. *Open House*. *Open house* merupakan peristiwa khusus yang dilaksanakan secara besar-besaran dalam berbagai program hubungan perusahaan. Berbagai publik diundang pada peristiwa itu yang meliputi kunjungan ke pabrik, pameran, film dan lain-lain.
7. Kontes. Berbagai kontes bagi para konsumen, pemilik saham, para karyawan dan para pedagang terkandung ke dalam berbagai program *public relation* di beberapa organisasi.
8. Parade dan pawai. Parade dan pawai memegang peranan dalam program hubungan dengan komunitas di beberapa organisasi.

9. Peristiwa kemasyarakatan yang disponsori. Organisasi industri dan non-profit serta angkatan bersenjata mensponsori berbagai peristiwa kemasyarakatan setempat di mana mereka memiliki sarana guna tujuan pemberitaan tentang berbagai kegiatan dan membantu perbaikan umum kepada masyarakat, pendidikan, kegiatan kebudayaan, kesehatan, hiburan, dan kepemudaan.
10. Organisasi yang disponsori. Berbagai perusahaan mensponsori organisasi dan masyarakat untuk menunjukkan itikad baik bagi dukungan sebuah perusahaan atau organisasi.
11. Peresmian. Peresmian sarana dan jasa baru memberikan peluang penting. Ruslan dalam Haris (2023).

Berdasarkan paparan di atas maka dapat diketahui bahwa jenis-jenis event ada event keolahragaan, event personal, event budaya, maupun event keorganisasian. Sedangkan untuk event berdasarkan jenis acaranya dibagi menjadi sebelas jenis event.

Karakteristik sebuah event yang menarik harus memiliki karakteristik dalam penyelenggaranya, yaitu mempunyai ciri tersendiri dan cenderung memiliki perbedaan antara satu dengan lainnya. Adapun karakteristik event yang bagus adalah sebagai berikut:

- a. *Uniquenesses*

Kunci utama suksesnya sebuah event adalah pengembangan ide sehingga event memiliki keunikan tersendiri. Event dengan warna yang berbeda, tidak akan mudah untuk dilupakan oleh target audience. Keunikan dapat berasal dari peserta yang ikut serta, lingkungan sekitar, pengunjung pada event tersebut serta beberapa hal lainnya sehingga membuat event menjadi unik dan berbeda dari yang lainnya.

b. *Perishability*

Kemungkinan event yang tidak sesuai dengan rencana atau acara tidak hidup sehingga kurang memuaskan. Apabila event tidak dikemas dengan baik maka target-target yang ingin dicapai di acara tersebut tidak akan tercapai.

c. *Intangibility*

Setelah menghadiri event, yang tertinggal di benak pengunjung adalah pengalaman yang mereka dapatkan dari penyelenggaraan event. Bagi penyelenggara hal ini merupakan tantangan untuk mengubah bentuk pelayanan intangible menjadi sesuatu yang berwujud sehingga sekecil apapun wujud yang digunakan dalam event mampu mengubah persepsi pengunjung. Seperti penggunaan audio visual yang berkualitas yang akan selalu diingat oleh pengunjung event.

d. *Personal Interaction*

*Personal interaction* merupakan salah satu karakteristik yang penting pada saat event berlangsung. Pengunjung yang datang pada suatu event juga memiliki peran yang besar terhadap suksesnya event. Sebagai contoh, keterlibatan aktif penonton pada event konser musik dimana penonton dilibatkan untuk bernyanyi sehingga mereka berkontribusi pada terselenggaranya event tersebut (Noor dalam Haris, 2023).

Potensi seni yang dimiliki setiap daerah diharapkan mendukung potensi-potensi wilayah, termasuk potensi pariwisata yang dapat dilaksanakan pagelaran seni di destinasi wisata (Prayudi, 2021).

Penelitian ini nantinya akan berfokus salah satunya kepada pengembangan event budaya sebagai daya tarik wisata Kawasan *Night Market* Ngarsopuro. Di samping event budaya atau atraksi wisata, diperlukan juga pengembangan fasilitas wisata dan fasilitas umum.

### **2.1.7 Peningkatan Fasilitas**

Fasilitas wisata yaitu semua jenis sarana yang secara khusus ditunjukkan untuk mendukung kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan di suatu destinasi pariwisata, sedangkan fasilitas umum diartikan sebagai

sarana pelayanan dasar fisik suatu lingkungan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum dalam melakukan aktivitas kehidupan keseharian. Semakin baik fasilitas maka pengunjung akan semakin nyaman (Sedarmayanti, dkk: 2018).

Ketersediaan fasilitas pendukung, baik di dalam maupun di luar obyek wisata akan mempengaruhi kedatangan wisatawan. Fasilitas pendukung tersebut bukan merupakan daya tarik utama dalam kepariwisataan, tetapi kehadirannya diperlukan bila hendak mengembangkan suatu daerah.

Menurut Mowforth (2023) pengembangan wisata berbasis fasilitas menekankan pentingnya infrastruktur yang memadai sebagai dasar untuk pengembangan pariwisata. Infrastruktur yang baik mencakup transportasi, akomodasi, fasilitas sanitasi, dan komunikasi yang berfungsi untuk menarik wisatawan dan memfasilitasi kegiatan mereka. Infrastruktur yang berkualitas dapat meningkatkan daya tarik destinasi dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung.

Dari uraian di atas, maka penulis menyimpulkan bahwa fasilitas dalam pengembangunan destinasi wisata sangatlah krusial untuk menunjang kegiatan berwisata para pengunjung, sehingga penting untuk meningkatkan fasilitas dalam pengembangan destinasi wisata, khususnya dalam hal ini wisata malam.

### **2.1.8 Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Malam**

Strategi merupakan suatu cara atau teknik untuk mencapai tujuan yang memiliki empat elemen kunci, yakni, misi, analisis strategis, strategis pilihan, dan strategis implementasi. Strategi merupakan perencanaan masa depan yang diinginkan dan didesain sesuai dengan kondisi lingkungan disekitarnya. (Wijayanti, 2022).

Wisata malam merupakan tren pariwisata yang terbentuk melalui kebiasaan baru wisatawan dalam mengunjungi suatu kawasan. Wisata malam terbentuk sebagai dampak dari perubahan budaya konsumsi masyarakat yang menyukai aktivitas hiburan pada malam hari, sehingga mendorong terwujudnya kreativitas kota.

Sinergisitas kuliner, belanja, dan budaya yang diimplementasikan dalam pengembangan pasar malam menjadi salah satu alternatif aktivitas wisata malam yang banyak diminati wisatawan. Pasar malam menjadi daya tarik wisata malam, sekaligus bentuk pemberdayaan masyarakat yang mencakup tiga bidang, yakni: menciptakan iklim yang kondusif, mendorong potensi yang ada, dan melindungi yang kurang beruntung.

Strategi pembangunan pariwisata kota yang berkelanjutan diwujudkan melalui pelestarian situs sejarah dan struktur budaya. Upaya pelestarian warisan budaya, dan menghidupkan kembali dengan cara baru, merupakan salah satu bentuk realisasi

pembangunan berkelanjutan yang efektif serta memunculkan transformasi pariwisata baru yakni penekanan pada pengembangan pariwisata kota berkelanjutan dengan melibatkan berbagai *stakeholder*, meliputi; Akademisi, Pengusaha, Pemerintah, Komunitas, Media, dan Wisatawan (Wijayanti, 2022).

Tercapainya pengembangan dan pengelolaan destinasi pariwisata yang berdaya guna dan berhasil guna serta mendukung Pembangunan kepariwisataaan perlu pengelolaan destinasi pariwisata yang didukung oleh seluruh stakeholder kepariwisataan, baik yang terkait langsung maupun tidak langsung (Sedarmayanti, dkk: 2018).

Mengembangkan daya tarik wisata dari komponen 4A (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Aktivitas) membutuhkan waktu yang tidak singkat, tetapi pengembangan dapat dilakukan secara bertahap dengan peningkatan yang lebih baik setiap tahun dan pada setiap komponen (Elisabeth, 2018).

Berdasarkan paparan, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan daya tarik wisata di suatu destinasi wisata diperoleh dari sinergitas berbagai pihak melalui perencanaan yang matang dan implementasi yang nyata sehingga daya tarik yang ada akan semakin optimal dan menjadi keistimewaan bagi destinasi wisata tersebut sehingga dapat menarik lebih banyak wisatawan untuk berkunjung.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk menunjang penelitian yang akan dilakukan ini, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat memperkuat penelitian ini, sebagai berikut:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Penulis, Tahun, Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mifta Damai Riyaniingsih, 2022, Strategi Pengembangan Daerah Pesisir Pantai Sebagai Obyek Pariwisata di Kabupaten Konawe	Deskriptif Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan daerah pesisir di Kabupaten Konawe dimulai dengan menentukan prioritas pengembangan pantai. Dari beberapa wisata yang ada di Kabupaten Konawe beberapa pengelolaannya dengan berdasarkan tiga pilar yakni pilar <i>Good Governance</i> yaitu pemerintah, swasta, dan masyarakat. Konsep ideal tersebut ternyata belum optimal akibat permasalahan yang timbul. Persamaan peneliti dengan penelitian terdahulu ini yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dan analisanya secara deskriptif, serta judul yang terkait dengan pengembangan wisata. Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu ini meneliti pengembangan daerah pesisir Pantai, sedangkan peneliti meneliti daya tarik wisata malam

			perkotaan, sehingga dapat disimpulkan perbedaan objek penelitian.
2.	Mettiana Agnes, 2022, Potensi Alun-Alun Kidul Sebagai Daya Tarik Wisata Malam di Daerah Istimewa Yogyakarta	Deskriptif Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa alun-alun Kidul mempunyai potensi yang baik sebagai daya tarik wisata malam di Daerah Istimewa Yogyakarta. Faktor pendukung adalah adanya dukungan dari masyarakat. Faktor penghambat adalah adanya pengunjung yang kurang dapat menjaga kebersihan lingkungan dan kurang tertib, serta adanya pedagang makanan non anggota paguyuban yang harus berpindah-pindah tempat jualan. Upaya mengatasi hambatan adalah dengan menegur secara halus pengunjung yang kurang tertib dan membuang sampah sembarangan, serta membuat banner himbauan untuk membuang sampah di tempat sampah. Pedagang tidak resmi yang mengganggu lalu lintas, ditegur secara halus saat bertemu di kesempatan lain. Strategi pengembangan potensi Alun-Alun Kidul sebagai daya tarik wisata malam di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah dengan mempromosikan alun-alun Kidul, melalui promosi jalur filosofis Panggung Krupyak-Tugu Pal Putih sebagai warisan budaya dunia, melalui blog biro perjalanan dan agen wisata, dan melalui sosial media pelaku usaha di Alun-Alun Kidul.</p>

			Persamaan peneliti dengan penelitian terdahulu ini yaitumenggunakan metode penelitian kualitatif dan analisanya secara deskriptif, serta judul yang terkait dengan daya tarik wisata malam. Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu ini meneliti potensi daya tarik wisata dengan objek Alun-Alun Yogyakarta, sedangkan peneliti meneliti pengembangan daya tarik wisata malam di Night Market Ngarsopuro Kota Surakarta, sehingga dapat disimpulkan terdapat perbedaan fokus dan objek penelitian.
3.	Ani Wijayanti, 2022, Strategi Pengembangan Wisata Malam Berbasis Perkotaan di Kota Yogyakarta	Kualitatif	Hasil Penelitian ini adalah Kota Yogyakarta mempunyai potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata malam berbasis perkotaan. Berdasarkan aspek pengelolaan pariwisata malam di Kota Yogyakarta dikelompokkan menjadi wisata malam eksisting dan wisata malam potensial. Wisata malam eksisting meliputi; wisata budaya dan sejarah, wisata pertunjukkan. Sedangkan wisata malam potensial, yakni; <i>dark tourism, wellness tourism, kampung wisata, street food, night market, china town, taman wisata, museum, dan kota lama</i> . Berdasarkan kondisi Kota Yogyakarta, dapat disimpulkan strategi yang tepat untuk pengelolaan pariwisata malam, yakni; implementasi <i>hexa helix</i> , wisata malam yang

			tematik, penyelenggaraan event, penguatan potensi pasar tradisional, pembukaan sentra kuliner dan belanja, <i>Hop On Hop Off</i> , wisata jalan kaki (ramah lingkungan), digitalisasi wisata malam, membuka jenis wisata baru, dan wisata gowes malam. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan pembahasan mengenai strategi pengembangan destinasi wisata malam perkotaan, sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian dan metode pengumpulan data.
4.	Rini Andari, 2019, Developing A Sustainable Urban Tourism	Kualitatif	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pariwisata berkelanjutan sangatlah penting untuk menjaga warisan budaya dan sejarah, faktor pariwisata perkotaan perlu diperhatikan, mengidentifikasi indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keberlanjutan pariwisata perkotaan, serta peran pemerintah dan penyedia layanan. Tercapainya pariwisata perkotaan yang berkelanjutan, diperlukan sinergi antara penyedia produk wisata warisan, pemerintah, dan masyarakat lokal. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan membahas tentang pengembangan wisata perkotaan.

			Perbedaannya terdapat pada objek yang diteliti dan fokus penelitian.
5.	Ardianita, 2018, Pengembangan Objek Wisata Taman Alun Kapuas Sebagai Destinasi Wisata Malam di Pontianak, Kalimantan Barat	Kualitatif	<p>Hasil penelitian ini adalah strategi yang digunakan untuk pengembangan yaitu penataan lingkungan di pinggiran sungai yang tentu saja akan berdampak pada sektor pariwisata. Efek dominonya akan mendongkrak sektor ekonomi kreatif sehingga pertumbuhan ekonomi akan semakin lebih baik. Pastinya juga akan memunculkan semangat dan produktivitas warga, sehingga bisa mensejahterakan rakyat. Peran pemerintah berupa kebijakan-kebijakan yang diterapkan, pembangunan dan pengembangan yang direncanakan ataupun di selenggarakan, regulasi, pemasaran serta penyediaan anggaran yang diperlukan dalam pembangunan. Sedangkan peran masyarakat masih sangat minim karena pengelolaan masih dipegang penuh oleh pemerintah. Persamaan dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama-sama menggunakan metode kualitatif dan membahas tentang pengembangan objek wisata. Perbedaannya terletak pada objek yang diteliti.</p>

### **2.3 Kerangka Berfikir**

Kota Surakarta atau lebih dikenal dengan Kota Solo merupakan sebuah kota yang berada di Jawa Tengah. Kota Surakarta mempunyai beberapa tempat pariwisata yang dapat menjadi alternatif pilihan tempat untuk dikunjungi wisatawan, salah satunya adalah Kawasan *Night Market* Ngarsopuro yang terletak di Jantung Kota Surakarta atau tepatnya di Jl. Diponegoro, Keprabon, Banjarsari, Surakarta, Jawa Tengah. Kehidupan malam di Kota Surakarta menjadi semakin meriah dengan kehadiran *Night Market* Ngarsopuro yang berlangsung dua kali seminggu. Event ini tidak hanya mencerminkan semangat masyarakat yang penuh antusiasme, tetapi juga mendapat dukungan kuat dari Pemerintah Kota Surakarta dalam mendukung UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Kota Surakarta.

Dengan demikian, kawasan *Night Market* Ngarsopuro memiliki daya tarik yang menarik bagi semua kalangan. Setiap hari Jumat dan Sabtu malam, Jalan Diponegoro, Ngarsopuro, Surakarta menjadi tempat berlangsungnya *Night Market* Ngarsopuro. Dari pukul 18.00 hingga 23.00 WIB, para pedagang UMKM bersemangat menjajakan beragam barang dagangannya. Selain makanan khas Solo yang disajikan begitu beragam, pernak pernik khas Kota Solo yang begitu memikat, serta tersedianya tempat untuk berkumpul bersama.

Berdasarkan paparan di atas, kawasan *Night Market* Ngarsopuro bukan sekadar tempat belanja, melainkan juga menawarkan pengalaman

hiburan yang menarik. Salah satu daya tarik utama adalah penampilan *live music* yang menghibur pengunjung. Selain itu, para wisatawan juga dapat melintasi jalan dan menjelajahi “spot anak muda” di *Street Art Market* yang berlokasi di seberang jalan tepatnya di sepanjang jalan Gatot Subroto yang telah direvitalisasi oleh Pemerintah Kota Surakarta.

Para kreator seni di Kawasan Jalan Gatot Subroto menjajakan berbagai bentuk karya seni, termasuk *body painting*, *face painting*, serta beragam kerajinan tangan unik. *Street Art Market* menghadirkan inspirasi dan kegembiraan bagi pengunjung, sambil memberikan dukungan yang sangat dibutuhkan bagi UMKM dan seniman lokal.

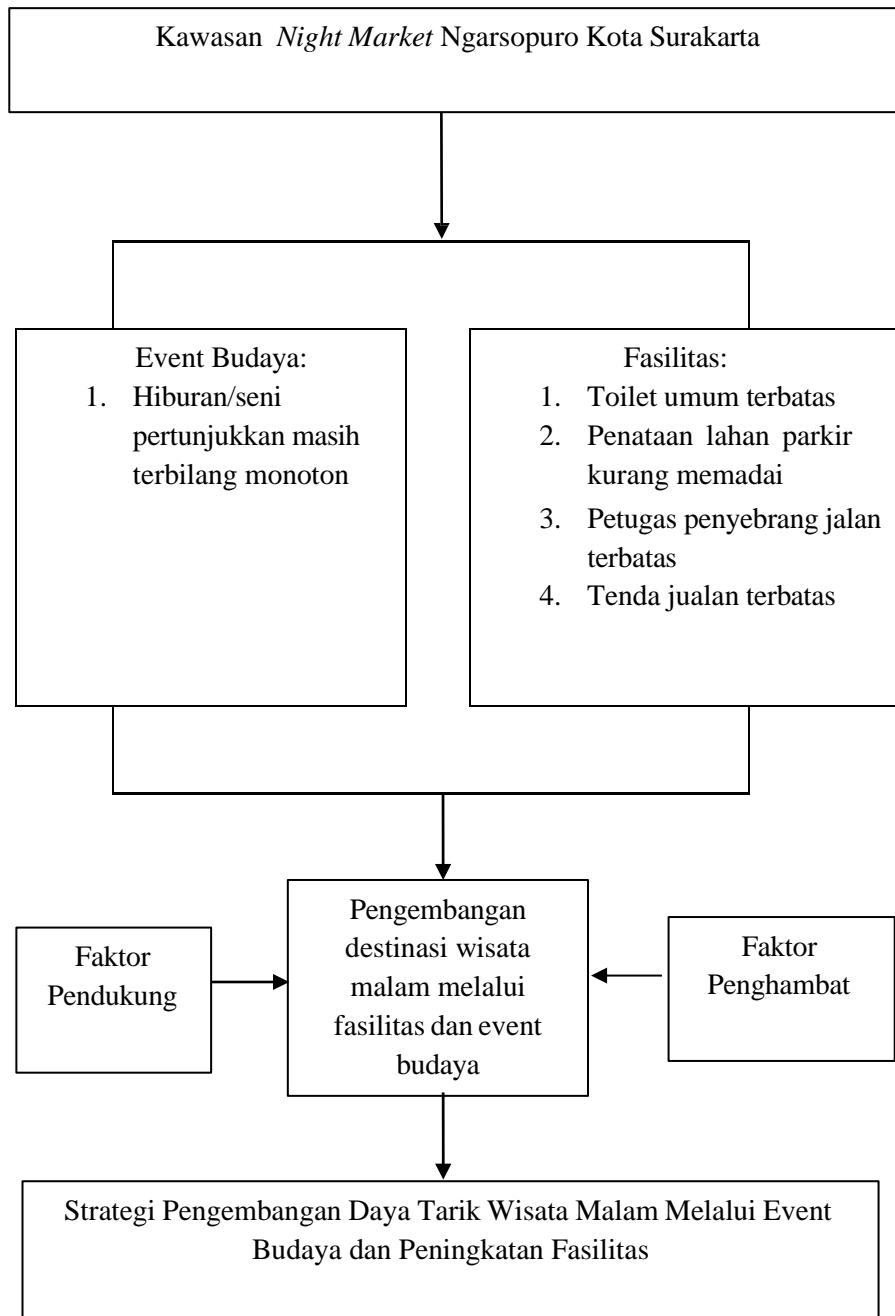
Kawasan *Night Market* Ngarsopuro terbentuk dari kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan seniman dapat menciptakan lingkungan yang hidup dan penuh inspirasi di Kota Surakarta. Kawasan ini memiliki daya tarik wisata yang memikat.

Potensi yang sangat banyak tersebut ternyata kurang mengoptimalkan Kota Surakarta sebagai kota budaya. Event budaya yang diadakan cenderung monoton dan fasilitas yang ada kurang memadai.

Berdasarkan hasil observasi awal terdapat beberapa permasalahan seperti kurangnya lahan parkir sehingga penataan parkir kendaraan pengunjung kurang maksimal yang mengakibatkan kemacetan lalu lintas, fasilitas seperti jumlah toilet umum masih terbatas, serta seringkali tidak terdapat petugas yang membantu menyebrangkan wisatawan yang ingin menyebrang dari *Night Market* Ngarsopuro menuju Koridor Gatot-Subroto

atau yang lebih dikenal dengan Koridor Gatsu. Selain itu disepanjang koridor gatsu juga tidak terdapat tenda yang mengakibatkan pada saat hujan maka para seniman yang berkontribusi menghadirkan karyanya maupun pengunjung akan basah terkena air hujan.

Oleh karena itu peneltian ini akan membahas tentang “Pengembangan Daya Tarik Wisata Melalui Event Budaya dan Peningkatan Fasilitas di Kawasan *Night Market* Ngarsopuro Kota Surakarta”. Berikut bagan kerangka berfikir:



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**