

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan. Tujuannya bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan-tujuan lainnya (Koen Meyers, 2009).

Menurut Undang-Undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pada perkembangan pariwisata bergerak menjadi salah satu bidang industri yang menjanjikan bagi negara dengan menyumbangkan devisa negara. Perkembangan industri pariwisata sangat dipengaruhi oleh obyek wisata dan atraksi wisata. Sepintas produk, obyek serta atraksi wisata memiliki pengertian yang sama, namun sebenarnya memiliki perbedaan besar (Yoeti, 1996).

Industri pariwisata bukanlah industri yang berdiri sendiri, tetapi merupakan suatu industri yang terdiri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan jasa atau produk yang berbeda satu dengan lainnya. Perbedaan itu tidak hanya dalam jasa yang dihasilkan, tetapi juga dalam

besarnya perusahaan, lokasi tempat kedudukan, bentuk organisasi yang mengelola dan metode atau cara pemasarannya (Muhammad Tahwin, 2003). Istilah industri pariwisata lebih banyak bertujuan memberikan daya tarik supaya pariwisata dapat dianggap sebagai sesuatu yang berarti bagi perekonomian suatu Negara, terutama pada Negara-negara sedang berkembang. Industri pariwisata adalah keseluruhan rangkaian dari usaha menjual barang dan jasa yang diperlukan wisatawan, selama ia melakukan perjalanan wisata sampai kembali ke tempat asalnya.

Di luar negeri hanya mengenal terminologi atraksi wisata yang disebut dengan nama *Tourist Attraction*. Sedangkan di Indonesia mengenal keduanya dengan arti yang berbeda. Objek wisata merupakan semua hal yang menarik untuk dilihat dan dirasakan oleh wisatawan yang disediakan atau bersumber pada alam saja. Sedangkan atraksi wisata merupakan sesuatu yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dinikmati dan dimiliki oleh wisatawan, yang dibuat oleh manusia dan memerlukan persiapan terlebih dahulu sebelum diperlihatkan kepada wisatawan. Syarat suatu daerah menarik untuk dikunjungi adalah adanya *something to see*, adanya *something to buy*, adanya *something to do*.

Sektor pariwisata merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia dan menjadi penyumbang devisa utama. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) pada triwulan I 2023 secara kumulatif mencapai 2,5 juta kunjungan atau naik 508,87% dibandingkan periode sama tahun 2022. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

(Kemenparekraf) memprediksi kunjungan wisman hingga akhir tahun ini bisa menembus kurang lebih sebanyak 9 juta kunjungan. Pada dasarnya pariwisata di Indonesia terdiri dari berbagai jenis antara lain, pariwisata alam, pariwisata budaya, pariwisata sejarah, pariwisata perkotaan dan lainnya.

Salah satu jenis pariwisata yang menjadi bagian dari sektor pariwisata di Indonesia adalah Pariwisata perkotaan. *Urban Tourism* atau pariwisata perkotaan adalah sebuah daya tarik wisata untuk menarik masyarakat dalam dan luar kota menggunakan fasilitas kota sebagai atribut wisata. *Urban Tourism* sebagai pariwisata kota yang mencakup kegiatan pengunjung baik luar dan dalam negeri serta penduduk lokal di dengan bercirikan ekonomi berbasis non-pertanian seperti administrasi, manufaktur, perdagangan dan jasa dan menjadi titik pusat transportasi (Robinson, 2012). Perkotaan/destinasi kota menawarkan pengalaman dan produk budaya, arsitektur, teknologi, sosial dan alam yang luas dan heterogen untuk rekreasi dan bisnis.

Pariwisata perkotaan dapat mewakili kekuatan pendorong pembangunan di banyak kota dan negara yang berkontribusi terhadap kemajuan agenda baru perkotaan dan tujuan Pembangunan Berkelanjutan, khususnya dengan tujuan menjadikan kota dan pemukiman inklusif, aman, berketahanan dan berkelanjutan. Pariwisata secara intrinsik terkait dengan bagaimana sebuah kota mengembangkan dirinya dan menyediakan kondisi kehidupan yang lebih baik bagi penduduk dan pengunjungnya.

Pada pariwisata perkotaan di Indonesia memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan dan berdasarkan pernyataan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia (Parekraf) Pemerintah Indonesia telah melakukan berbagai upaya untuk mengembangkan pariwisata perkotaan Pengembangan destinasi wisata baru, Peningkatan kualitas infrastruktur pariwisata, dan pengembangan promosi pariwisata.

Pariwisata perkotaan di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat, terutama karena pertumbuhan urbanisasi yang tinggi dan potensi ekonomi yang dimiliki oleh kota-kota di Indonesia. Terdapat beberapa kota di Indonesia yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisata perkotaan antara lain Jakarta, Surabaya, Bandung, Yogyakarta, dan Medan yang merupakan kota metropolitan di Indonesia.

Surabaya merupakan ibu kota provinsi Jawa Timur yang memiliki potensi besar pada industri pariwisata. Surabaya Tourism menjadi salah satu profil pariwisata Surabaya yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Serta Pariwisata Kota Surabaya. Berdasarkan sumber data yang terdapat di *Surabaya Tourism*. Pada pariwisata perkotaan aktivitas kegiatan wisata disebut wisata kota atau *city tour*. Wisata kota atau *city tour* dilakukan oleh wisatawan dengan melakukan perjalanan atau tour di dalam kota maupun mengelilingi kota, hal tersebut merupakan wisata kota atau *city tour*. Wisata kota (*City Tour*) merupakan keseluruhan komponen produk wisata yang dikembangkan di kota dan menarik terjadinya kegiatan wisata di Kota tersebut.

Mampu memberikan keadilan manfaat bagi para wisatawan dan masyarakat setempat. Perencanaan Wisata Kota (*City tour*) merupakan suatu proses tidak hanya semata-mata ditujukan bagi pengembangan sektor pariwisata dipertanian saja, melainkan lebih pada tujuan pembangunan kota secara keseluruhan (Adikampana, 2003).

Wisata kota atau *City Tour* di Surabaya, terbagi menjadi beberapa area atau jenis wisata perkotaan di Surabaya meliputi wisata religi, wisata heritage atau sejarah, wisata belanja dan wisata rekreasi. Pariwisata Surabaya dalam pengembangan wisata perkotaannya yang telah terbagi menjadi beberapa jenis dan bentuk wisata perkotaan yang berbeda beda. Atraksi wisata tersebut meliputi museum, pusat perbelanjaan, tempat ibadah, bangunan bersejarah, taman kota, kampung wisata dan atraksi lainnya tersebar di beberapa wilayah perkotaan surabaya sehingga informasi dan pengenalan pada daya tarik tersebut kurang mendapat perhatian wisatawan dengan maksimal hanya di daya tarik yang telah lebih dahulu dikenal wisatawan.

Berdasarkan data dari Portal data Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Serta Pariwisata Kota Surabaya, telah tercatat sebanyak 187 destinasi wisata yang telah beroperasi di Kota Surabaya dan telah tercatat sebanyak 579.624 ribu kunjungan wisatawan sampai pada tahun 2023. Sebanyak 187 destinasi wisata tersebut telah terbagi menjadi beberapa jenis meliputi destinasi religi, sejarah, *shopping*, sampai dengan *sport*. Informasi destinasi pariwisata Kota Surabaya juga tercatat pada buku panduan wisata Kota Surabaya.

Pemerintahan Kota Surabaya berdasarkan informasi dari Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Serta Pariwisata Kota Surabaya, Wali Kota Surabaya membuka sejumlah lokasi wisata ikonik. Di antaranya, Wisata susur sungai Air Kalimas, Romokalisari *Adventure Land*, Tunjungan Romansa, hingga Kya Kya *Reborn*. Selain adanya tempat wisata yang baru, Beberapa tempat wisata lama juga direvitalisasi dengan tujuan mengembalikan dan memperbaiki kondisi tempat wisata tersebut sehingga dapat mengundang Kembali wisatawan datang berkunjung seperti Alun - Alun Surabaya, Balai Pemuda, Kebun Binatang Surabaya (KBS) hingga THP Kenjeran (Taman Hiburan Pantai Kenjeran).

Daya tarik wisata yang telah tercatat sebanyak 187 menurut data dari Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Serta Pariwisata, lokasi dan tempat setiap destinasi tersebut tersebar luas di seluruh penjuru Kota Surabaya. Destinasi wisata Kota Surabaya tersebar secara merata di setiap wilayah Kota. Dengan tersebarnya destinasi wisata Kota Surabaya, *Tourist Information Center* (TIC) Kota Surabaya telah memberi kemudahan bagi wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata Kota melalui Peta Wisata Kota Surabaya (*Surabaya Tourism Map*). *Tourist Information Center* Surabaya menyediakan peta tersebut yang dapat dilihat secara online melalui *website* maupun secara *offline* di *Tourist Information Center* Surabaya.

Meskipun terdapat banyak daya tarik wisata perkotaan tetapi belum sepenuhnya dapat memperkenalkan masing masing daya tarik tersebut kepada

wisatawan termasuk daya tarik wisata baru lainnya atau lemahnya pengenalan daya tarik wisata tersebut baik pada daya tarik wisata baru maupun lama. Berdasarkan data dari Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Museum dan Gedung Seni Budaya Kota Surabaya terdapat perbedaan kunjungan wisatawan pada Museum Pendidikan dan Museum Olahraga dengan selisih 22,560 kunjungan di tahun 2022. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa wisatawan lebih mengenal dan lebih tertarik terhadap Museum Pendidikan dari pada Museum Olahraga karena Museum Tugu Pahlawan telah lama didirikan lebih dulu. Selain keterbatasan informasi, lokasi daya tarik tersebut tidak selalu berdekatan satu sama lain, terdapat tempat wisata yang bergabung menjadi satu wilayah tetapi beberapa tempat wisata juga tersebar sampai di perbatasan Kota Surabaya, hal tersebut dapat dilihat dari Peta Wisata Kota Surabaya.

Selain tersebarnya daya tarik wisata di seluruh area perkotaan Surabaya, terdapat hal lainnya yang menyebabkan beberapa tempat wisata di Kota Surabaya masih asing dan belum menarik perhatian wisatawan yaitu mengenai kondisi lalu lintas di Kota Surabaya sebagai akses wisatawan dalam mengunjungi tempat wisata di Kota Surabaya. Sebagai kota metropolis, Kota Surabaya transportasi atau kendaraan menjadi hal penting dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surabaya, jumlah kendaraan pribadi di Kota Surabaya pada tahun 2023 adalah 1.591.871 unit. Jumlah ini terdiri dari 1.314.429 unit sepeda motor dan 277.442 unit mobil pribadi. Maka peningkatan jumlah pengguna kendaraan pribadi

menyebabkan kemacetan lalu lintas yang menjadi salah satu faktor wisatawan lebih memilih hanya melakukan perjalanan wisata ke satu atau dua daya tarik wisata yang lebih terkenal saja.

Dalam mendukung pengenalan atau pemasaran wisata perkotaan, pemerintah Surabaya memahami konsep wisata perkotaan dengan memperhatikan komponen dari pariwisata perkotaan yaitu fasilitas kota salah satunya transportasi umum. Bus menjadi salah satu pilihan transportasi Kota Surabaya yang digunakan untuk mengelilingi wilayah perkotaan Surabaya. Bus wisata Kota Surabaya dikembangkan oleh Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Serta Pariwisata Kota Surabaya dengan mengadakan program kegiatan *city tour* yaitu *Surabaya Sightseeing City Tour (SSCT)*. Kegiatan wisata perkotaan pada program *Surabaya Sightseeing City Tour (SSCT)* merupakan salah satu pilihan berwisata bagi wisatawan untuk mengunjungi daya tarik wisata di Surabaya dengan mengendarai *bus tour* Surabaya.

Pada awalnya program SSCT singkatan dari *Surabaya Shopping and Culinary Track* yang kemudian disesuaikan dan berubah menjadi *Surabaya Sightseeing City Tour (SSCT)* pada awal tahun 2023. Kegiatan wisata *Surabaya Sightseeing City Tour (SSCT)* merupakan kegiatan wisata yang menggunakan kendaraan bus pariwisata Surabaya untuk mengelilingi Kota Surabaya serta mengunjungi beberapa tempat wisata di Kota Surabaya. Pada kegiatan wisata *Surabaya Sightseeing City Tour (SSCT)* akan mengantarkan wisatawan yang

ingin mengunjungi beberapa tempat wisata secara bersamaan serta memperkenalkan profil pariwisata perkotaan Surabaya.

Urban tourism di Kota Surabaya memiliki beberapa program atau kegiatan wisata yang bisa dipilih oleh wisatawan. Selain kegiatan wisata *Surabaya Sightseeing City Tour (SSCT)*, salah satu program atau kegiatan wisata *urban tourism* Surabaya lainnya adalah wisata perahu kalimas. Kegiatan wisata perahu kalimas merupakan kegiatan *urban tourism* yang dapat dilakukan wisatawan dengan menyusuri sungai kalimas Kota Surabaya menggunakan perahu modern. Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Serta Pariwisata Kota Surabaya telah memanfaatkan atau mengimplementasikan wisata perahu kalimas sebagai upaya dalam memasarkan dan mengenalkan *urban tourism* Surabaya dengan menyusuri kali mas dan secara langsung memberikan gambaran ataupun informasi kepada wisatawan mengenai tata letak kota, bangunan wisata perkotaan, dan keunggulan *urban tourism* di Surabaya saat menyusuri kali mas.

Sama halnya dengan wisata perahu kalimas, kegiatan wisata *Surabaya Sightseeing and City Tour* menjadi salah satu program *urban tourism* yang diharapkan dapat dimanfaatkan atau diimplementasikan oleh Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga Serta Pariwisata Kota Surabaya untuk memasarkan dan mengenalkan lebih banyak informasi mengenai *urban tourism* Surabaya kepada wisatawan. Maka kegiatan wisata *Surabaya Sightseeing and City Tour* terdapat perbedaan dalam pemanfaatannya dengan program *urban*

tourism lainnya yaitu dengan mengenalkan urban tourism oleh pemandu wisata serta mengenalkan paket kunjungan *urban tourism* Surabaya pada saat mengelilingi jalanan kota Surabaya menggunakan bus wisata.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas pada pariwisata perkotaan Surabaya dan pemasarannya, maka judul penelitian ini “Analisis Pemanfaatan Kegiatan Wisata *Surabaya Sightseeing and City Tour* dalam mendukung pemasaran *Urban Tourism* di Surabaya” menjadi topik yang menarik untuk penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana kegiatan wisata yang dilakukan pada program *Surabaya Sightseeing City Tour (SSCT)* dalam pemanfaatannya untuk mengenalkan dan memasarkan *Urban Tourism* Surabaya ?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Tujuan Umum : Mengetahui dan mendeskripsikan informasi dan aktivitas atau pelaksanaan kegiatan dan pengaruh kegiatan wisata *Surabaya Sightseeing City Tour (SSCT)*.

- 1.3.2 Tujuan Khusus : Mengkaji bentuk pemanfaatan kegiatan wisata *Surabaya Sightseeing City Tour (SSCT)* dan mengetahui bentuk pemasarannya dalam mendukung pemasaran *urban tourism* di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

- 1.4.1 Manfaat Teoritis : Sebagai bahan kajian atau pengetahuan mengenai pariwisata perkotaan atau *City Tour* serta pemasaran pariwisata.
- 1.4.2 Manfaat Praktis : Dapat sebagai referensi pendapat atau saran dalam melaksanakan kegiatan *Surabaya Sightseeing City Tour (SSCT)*.