



**PEMERINTAH KOTA SURAKARTA**  
**DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA**  
Komplek Balai Kota Surakarta, Jl. Jend. Sudirman, Kp. Baru, Kec. Ps. Kliwon, Kota  
Surakarta, Jawa Tengah 57133

# LAPORAN AKHIR MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA KOTA SURAKARTA TAHUN 2022

**TAHUN ANGGARAN 2022**



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkah dan hidayah-Nya sehingga Penyusunan Laporan Akhir Monitoring dan Evaluasi Pengembangan Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta Tahun 2022 selesai disusun.

Kegiatan Penyusunan Laporan Penyusunan Monitoring dan Evaluasi Pengembangan Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta dilakukan untuk mengidentifikasi dan menginventarisasi beragam potensi kepariwisataan serta pemasarannya di Kota Surakarta, Jawa Tengah agar tercapai pertumbuhan ekonomi yang berdaya saing tinggi. Diharapkan dengan adanya monitoring dan evaluasi ini dapat menjadi pedoman bagi pemerintah kota dalam mempromosikan potensi dan peluang pariwisata yang dimiliki secara efektif dan efisien.

Laporan ini berisi pendahuluan, arah kebijakan pemerintah daerah, potensi dan peluang pariwisata, metodologi penyusunan laporan monitoring dan evaluasi pengembangan pemasaran pariwisata Kota Surakarta tahun 2022, gambaran Kota Surakarta dan kondisi kepariwisataan Kota Surakarta, potensi dan peluang kepariwisataan, analisa, evaluasi pemasaran, dan rekomendasi kepariwisataan.

Kami sungguh berharap bahwa laporan ini dapat memberikan manfaat dari hasil Monitoring dan Evaluasi Pengembangan Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta hingga tercapai hasil yang diharapkan.

Surakarta, 2022

Penyusun

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Tujuan dan Sasaran Kegiatan.....	3
1.3. Output Pekerjaan.....	3
1.4. Lingkup Wilayah/ Lokasi Pekerjaan.....	4
1.5. Dasar Hukum.....	4
1.6. Sistematika Laporan.....	6
<b>BAB II TINJAUAN KEBIJAKAN PARIWISATA</b> .....	8
2.1. Tinjauan Kepariwisataan.....	8
2.1.1. Wisata, Kepariwisataan dan Tujuannya.....	8
2.1.2. Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Mancanegara.....	8
2.2. Rencana Pembangunan Bidang Pariwisata.....	11
2.2.1. Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD).....	11
2.2.2. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD).....	15
2.3. Kebijakan Spasial Pembangunan Pariwisata dalam RTRW.....	17
2.3.1. Tujuan dan Rencana Struktur Ruang Kota Surakarta.....	17
2.3.2. Pengembangan Kawasan Budidaya Peruntukan Pariwisata.....	18
2.3.3. Pengembangan Kawasan Strategis.....	20
2.4. Destinasi Kepariwisataan dan Positioning Kota Surakarta.....	22
<b>BAB III METODE KAJIAN</b> .....	27
3.1. Langkah-Langkah Proses Pelaksanaan Pekerjaan.....	27
3.2. Kebutuhan data, survey dan kompilasi data.....	27
3.3. Analisis dan Evaluasi.....	29
3.3.1. Metode <i>Benchmarking</i> .....	31
3.3.2. Metode <i>Comparative before-after</i> .....	32
3.4. Rekomendasi.....	33
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM KOTA SURAKARTA</b> .....	34
4.1. Kondisi Fisik Kewilayahan.....	34
4.1.1. Geografis dan Administrasi.....	34
4.1.2. Penggunaan Lahan.....	35
4.1.3. Infrastruktur Daerah.....	37
4.2. Demografi.....	37
4.3. Kondisi Makro Ekonomi Wilayah Kota Surakarta.....	39
4.3.1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Surakarta.....	39
4.3.2. Pertumbuhan Ekonomi.....	44
<b>BAB V KEPARIWISATAAN KOTA SURAKARTA</b> .....	47
5.1. Histori Kota Surakarta.....	47

5.2.	Destinasi Wisata di Kota Surakarta .....	49
5.2.1.	Wisata Budaya .....	49
5.2.2.	Wisata Belanja .....	56
5.2.3.	Wisata Kuliner .....	60
5.2.4.	Wisata Religi .....	66
5.2.5.	Wisata Transportasi.....	68
5.3.	Sarana Prasarana Pendukung Daya Tarik Pariwisata .....	72
5.3.1.	Hotel dan Penginapan Lainnya.....	73
5.3.2.	Restoran.....	76
5.3.3.	Transportasi.....	76
5.3.4.	Perbankan, ATM dan Money Changer .....	88
5.3.5.	<i>Travel Agent</i> .....	90
<b>BAB VI MONITORING DAN EVALUASI PEMASARAN PARIWISATA KOTA</b>		
<b>SURAKARTA .....</b>		
6.1.	Target Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta .....	93
6.2.	Promosi dan Pemasaran Pariwisata yang Telah Diselenggarakan oleh Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta .....	96
6.2.1.	Pengembangan Pasar Wisatawan .....	96
6.2.2.	Pengembangan Citra Pariwisata .....	123
6.2.3.	Pengembangan Kemitraan Pemasaran Pariwisata.....	124
6.2.4.	Pengembangan Promosi Pariwisata .....	131
6.2.5.	Penguatan Organisasi Kepariwisataan .....	146
6.3.	Kinerja Pariwisata.....	152
6.3.1.	Kinerja Pariwisata Kota Surakarta.....	152
	A. Kunjungan Wisatawan.....	152
	B. Lama Tinggal ( <i>Length of Stay</i> ).....	153
	C. Hunian Hotel.....	154
	D. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) .....	155
	E. Kunjungan Objek Wisata .....	156
6.3.2.	Kinerja Pariwisata Provinsi dan Nasional.....	159
	A. Kunjungan Wisatawan .....	159
	B. Lama Tinggal ( <i>Length of Stay</i> ) .....	162
	C. Hunian Hotel .....	163
	D. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan .....	165
6.3.3.	Kinerja Pariwisata Kota Surakarta terhadap Pariwisata Subosukawonosraten .....	166
	A. Kunjungan Wisatawan .....	166
	B. Lama Kunjungan ( <i>Length of Stay</i> ).....	168
	C. Hunian Hotel .....	169
	D. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan.....	170
6.4.	Pengaruh Upaya Pemasaran terhadap Kinerja Pariwisata di Kota Surakarta..	172
6.5.	Capaian Kinerja Pariwisata dibandingkan Indikator dalam RIPPDA tahun 2017-2021 .....	175

<b>BAB VII HASIL KAJIAN DAN REKOMENDASI</b> .....	177
7.1. Hasil Kajian Monev Pemasaran Pariwisata .....	177
7.1.1. Kedudukan Surakarta dalam Kebijakan Pengembangan Pariwisata Nasional dan Regional .....	177
7.1.2. Pengaruh Upaya Pemasaran terhadap Kinerja Pariwisata Kota Surakarta.....	179
7.2. Rekomendasi.....	182
7.2.1. Rekomendasi Konsep Dasar Pengembangan Pariwisata.....	182
7.2.2. Rekomendasi Program Kegiatan Pemasaran Pariwisata.....	188
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	207



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Peta Struktur Ruang Kota Surakarta.....	18
Gambar 2. Peta Rencana Pola Ruang Kota Surakarta .....	18
Gambar 3. Peta Sebaran Pariwisata berdasarkan RIPPARDA Kota Surakarta tahun 2016 .....	20
Gambar 4. Peta Kawasan Strategis Kota Surakarta .....	21
Gambar 5 Peta Administratif Kota Surakarta.....	35
Gambar 6 Penggunaan Lahan Kota Surakarta Tahun 2020 .....	37
Gambar 7 Kontribusi PDRB tahun 2021 .....	42
Gambar 8 Pertumbuhan ekonomi Kota Surakarta tahun 2017-2021 .....	45
Gambar 9 Pertumbuhan Ekonomi di Subosukawonosraten terhadap Provinsi Jawa Tengah pada Tahun 2018-2021 .....	46
Gambar 10. Peta Wisata Belanja .....	60
Gambar 11 Bus Tingkat Werkudara.....	69
Gambar 12 Kereta Jaladara .....	71
Gambar 13 Wisata Kendaraan Listrik.....	72
Gambar 14. Bus Meeting Gatotkaca.....	72
Gambar 15. Peta Jalur Bus Kota Surakarta .....	79
Gambar 16. Peta Lokasi Stasiun Kereta Api di Kota Surakarta .....	82
Gambar 17. Rute KRL Solo – Yogyakarta .....	82
Gambar 18. Infografis Promosi yang Menunjukkan Destinasi Wisata Serta Sarpras Penunjangnya.....	92
Gambar 19. Event International Mask Festival.....	96
Gambar 20. Event Solo Batik Carnival.....	97
Gambar 21. Event Solo International Performing Arts .....	97
Gambar 22. Kirab Budaya dalam Rangka Hari Jadi Kota Solo .....	98
Gambar 23. Grebeg Besar Idul Adha .....	98
Gambar 24. Tingalan Dalem Jumenengan .....	98
Gambar 25. Gereb Besar Idul Fitri .....	99
Gambar 26 Kirab 1 Sura.....	101
Gambar 27 Acara Budaya Grebeg Sudiro .....	102
Gambar 28 Acara Budaya Grebeg Maulid.....	103
Gambar 29. Pamflet Branding Kepariwisata Kota Surakarta .....	123
Gambar 30. Halaman Website Resmi Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) ....	147
Gambar 31. Beragam Tampilan Informasi Sarana & Prasarana Pariwisata Kota Solo .....	149
Gambar 32. Halaman Instagram Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) .....	150
Gambar 33. Kunjungan Wisatawan ke Kota Surakarta tahun 2017-2021 .....	153
Gambar 34. Lama Tinggal Wisatawan di Kota Surakarta 2017-2021 .....	154
Gambar 35. Tingkat Penghunian Kamar Hotel di Surakarta tahun 2017-2021.....	155
Gambar 36. Pertumbuhan PDRB Kota Surakarta Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum tahun 2017-2021 .....	156
Gambar 37. Tabulasi Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Objek Destinasi Wisata Kota Surakarta tahun 2017-2021.....	158

Gambar 38. Kunjungan Wisatawan ke Jawa Tengah tahun 2017-2021 .....	159
Gambar 39. Kunjungan Wisatawan di Indonesia tahun 2017-2021 .....	160
Gambar 40. Rata-rata Kunjungan Wisatawan per Tahun Pada Tahun 2017-2021 ....	161
Gambar 41. Lama Tinggal Wisatawan di Tingkat Provinsi Jawa Tengah dan Nasional .....	163
Gambar 42. Tingkat Hunian Hotel di Tingkat Jawa Tengah dan Nasional pada 2017- 2021 .....	164
Gambar 43. Pertumbuhan PDRB Sektor Hotel dan Resto di Tingkat Nasional dan Jawa Tengah pada tahun 2017-2021 .....	165
Gambar 44. Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Subosukawonosraten di Tahun 2017-2021.....	167
Gambar 45. Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2017 - 2021.....	168
Gambar 46. Perkembangan Lama Tinggal Wisatawan Nusantara di Wilayah Subosukawonosraten Pada Tahun 2017 - 2021.....	169
Gambar 47. Tingkat Hunian Hotel di Subosukawonosraten pada 2017-2021.....	170
Gambar 48. Produk Domestik Regional Bruto Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan (Rupiah) di Wilayah Subosukawonosraten Tahun 2017-2021...	171
Gambar 49. Data Jumlah Event dan Kunjungan di Kota Surakarta dalam Kurun 5 Tahun .....	173

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Strategi dan Arah Pembangunan Jangka Panjang untuk Mewujudkan Visi Kota Surakarta 2005 – 2025.....	12
Tabel 2 Strategi dan arah kebijakan untuk mewujudkan visi misi Kota Surakarta Tahun 2021–2026 .....	15
Tabel 3. Rencana Struktur Ruang.....	17
Tabel 4 Kebutuhan Data.....	28
Tabel 5 Pembagian Wilayah Administrasi Kota Surakarta .....	35
Tabel 6 Luas Penggunaan Lahan Kota Surakarta Tahun 2020 .....	36
Tabel 7 Jumlah Penduduk Kota Surakarta Tahun 2017–2021 .....	38
Tabel 8 Jumlah Penduduk Kota Surakarta per Kecamatan Tahun 2017-2021 .....	39
Tabel 9. Kepadatan Penduduk Kota Surakarta per Kecamatan Tahun 2017-2021 .....	39
Tabel 10 Produk Domestik Regional Bruto Kota Surakarta Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah) Tahun 2016-2021.....	40
Tabel 11 Kontribusi Sektor Produk Domestik Regional Bruto Kota Surakarta Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha.....	41
Tabel 12 Produk Domestik Regional Bruto Kota Surakarta Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah) Tahun 2017 – 2021 ....	42
Tabel 13 Pertumbuhan Ekonomi Kota Surakarta .....	44
Tabel 14. Ragam Wisata Budaya Kota Solo .....	56
Tabel 15. Potensi Wisata Belanja Kota Solo .....	57
Tabel 16. Potensi Wisata Kuliner Kota Surakarta .....	61
Tabel 17. Ragam Wisata Religi di Surakarta .....	66
Tabel 18. Jumlah <i>Supply</i> Industri Kepariwisataaan .....	72
Tabel 19. Jumlah Hotel Berbintang di Kota Surakarta, 2017-2021 .....	73
Tabel 20. Jumlah Kamar Hotel Berbintang di Kota Surakarta, 2017-2021 .....	73
Tabel 21. Jumlah <i>Homestay</i> di Kota Surakarta per 2019 .....	74
Tabel 22. Tingkat Penghunian Kamar/ <i>Room Occupancy Rate</i> Hotel Berbintang di Kota Surakarta, 2017-2021.....	74
Tabel 23. Tingkat Penghunian Tempat Tidur/ <i>Bed Occupancy Rate</i> Hotel Berbintang di Kota Surakarta, 2017-2021.....	75
Tabel 24. Lama Tamu Menginap/ <i>Length of Stay</i> Hotel Berbintang di Kota Surakarta, 2017-2021 (hari) .....	75
Tabel 25. Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kecamatan di Kota Surakarta, 2017-2021 .....	76
Tabel 26. Jumlah Kendaraan Umum Menurut Jenis Kendaraan yang Berdomisili di Kota Surakarta 2017-2021.....	78
Tabel 27. Koridor Batik Solo Trans (BTS) & Angkuta Feeder Batik Solo Trans beserta Layanan Wilayahnya .....	78
Tabel 28. Jumlah Pesawat Datang Dan Berangkat dari Bandara Adi Sumarmo (tujuan domestik) tahun 2017-2021 .....	80
Tabel 29. Jumlah Penumpang Datang Dan Berangkat dari Bandara Adi Sumarmo tahun 2017-2021 .....	80
Tabel 30. Maskapai Penerbangan yang Berangkat dari Bandara Adi Surmamo .....	81



Tabel 31. Jadwal Kereta Api di Stasiun Solo Balapan per2018 .....	83
Tabel 32. Jadwal Kereta Api Jarak Jauh Stasiun Purwosari per2018 .....	85
Tabel 33. Jadwal Kereta Api Jarak Jauh Stasiun Solo Jebres per2018 .....	88
Tabel 34. Jumlah Lembaga Keuangan di Kota Surakarta tahun 2021 .....	89
Tabel 35. Perbankan di Kota Surakarta.....	89
Tabel 36. Distribusi Jumlah ATM di Kota Surakarta .....	90
Tabel 37. Sasaran strategis Pembangunan Kepariwisata Daerah sampai dengan tahun 2026 .....	95
Tabel 38. Kalender Event Modern Tahun 2017-2021 .....	105
Tabel 39. Calendar Event Tradisional Tahun 2017-2021 .....	115
Tabel 40. Jenis Paket Wisata dan Fasilitas .....	125
Tabel 41. Daftar Travel Agent terdaftar ASITA.....	127
Tabel 42. Kegiatan <i>Business to Business</i> dalam Kurun Waktu 5 Tahun.....	128
Tabel 43. Kumpulan Booklet yang Telah diterbitkan selama 5 Tahun .....	131
Tabel 44. Pemasaran melalui Media Sosial Resmi Kota Surakarta .....	134
Tabel 45. Pembuatan Video City Branding .....	138
Tabel 46. Promosi Kota Surakarta pada Media Massa .....	139
Tabel 47. Organisasi Pengelola Daerah (OPD) dari luar Kota Surakarta .....	150
Tabel 48. Kunjungan Wisatawan ke Kota Surakarta tahun 2017-2021 .....	152
Tabel 49. Lama Tinggal Wisatawan (hari) di Kota Surakarta 2017-2021.....	153
Tabel 50. Tingkat Penghunian Kamar Hotel di Surakarta tahun 2017-2021 .....	154
Tabel 51. Pertumbuhan PDRB Kota Surakarta Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (miliar rupiah) tahun 2017-2021 .....	155
Tabel 52. Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata di Kota Surakarta, 2017-2021 .....	156
Tabel 53. Tabulasi Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Objek Destinasi Wisata Kota Surakarta tahun 2017-2021 .....	157
Tabel 54. Kunjungan Wisatawan ke Jawa Tengah tahun 2017-2021 .....	159
Tabel 55. Kunjungan Wisatawan di Indonesia tahun 2017-2021 .....	160
Tabel 56. Rata-rata Kunjungan Wisatawan per Tahun Pada Tahun 2017-2021 .....	161
Tabel 57. Lama Tinggal Wisatawan (hari) di Tingkat Provinsi Jawa Tengah dan Nasional Tahun 2017-2021 .....	162
Tabel 58. Tingkat Hunian Hotel di Tingkat Jawa Tengah dan Nasional pada 2017-2021 .....	163
Tabel 59. Pertumbuhan PDRB Sektor Hotel dan Resto di Tingkat Nasional dan Jawa Tengah pada tahun 2017-2021.....	165
Tabel 60. Jumlah Kunjungan Wisatawan 2017-2021 .....	166
Tabel 61. Trend/Peresentase Kenaikan Jumlah Wisatawan di Subosukawonosraten Tahun 2017-2021 .....	166
Tabel 62. Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Orang) di Wilayah Subosukawonosraten 2017-2021.....	167
Tabel 63. Lama Tinggal Wisatawan (hari) di Wilayah Subosukawonosraten Tahun 2017-2021.....	168
Tabel 64. Tingkat Hunian Hotel di Subosukawonosraten pada 2017-2021.....	170
Tabel 65. Produk Domestik Regional Bruto Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan (Rupiah) di Wilayah Subosukawonosraten Tahun 2017-2021 .....	171

Tabel 66. Data Jumlah Event dan Kunjungan di Kota Surakarta dalam Kurun 5 Tahun .....	172
Tabel 67. Capaian Kinerja Pariwisata Kota Surakarta Sampai Tahun 2021 .....	175
Tabel 68. Rekomendasi Effort/Trend Yang dibutuhkan untuk Mengejar Target Indikator Pariwisata Tahun 2026.....	183
Tabel 69. Rekomendasi Effort Upaya Pemasaran.....	183
Tabel 70. Rekomendasi Program dan Kegiatan Pembangunan Pemasaran Pariwisata .....	188

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

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 (UU no 1 tahun 2009 tentang Kepariwisataan). Selanjutnya pada pada Pasal 7 dijelaskan bahwa Pembangunan kepariwisataan meliputi: a. industri pariwisata; b. destinasi pariwisata; c. pemasaran, dan d. kelembagaan kepariwisataan.

Pada bagian penjelasan diperdetail apa yang dimaksud dengan pembangunan pemasaran, antara lain pemasaran pariwisata bersama, terpadu, dan berkesinambungan dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan serta pemasaran yang bertanggung jawab dalam membangun citra Indonesia sebagai destinasi pariwisata yang berdaya saing.

Kota Surakarta memiliki potensi pariwisata melalui kekayaan budaya yang sangat kental dan merupakan pusat kebudayaan Jawa. Dengan adanya potensi tersebut pihak pemerintah daerah melakukan pengelolaan pariwisata agar dapat menggerakkan roda perekonomian Kota Surakarta. Dalam mewujudkan visi tersebut tentunya dibutuhkan perencanaan yang matang serta strategi yang tepat, salah satu strategi yang diterapkan adalah *city branding*. Sebagai bagian dari upaya untuk memasarkan pariwisata Kota Surakarta *city branding* dinilai memiliki peranan penting untuk dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Supply industri pariwisata di Kota Surakarta terdiri dari destinasi/daya tarik wisata, hotel/penginapan, convention hall, travel agent, guide bersertifikat, dan pelaku ekraf.

Selain melalui upaya legal formal berupa Peraturan Walikota Surakarta Nomor 13 Tahun 2016 tentang Rencana Induk pembangunan Kepariwisataan Daerah Tahun 2016- 2026. Dinas Pariwisata melakukan kegiatan pengembangan pemasaran pariwisata sebagai berikut:

1. Pembuatan program pemasaran *business to business*
2. Penyelenggaraan event pariwisata berskala nasional dan internasional
3. Penetapan *brand image* destinasi pariwisata
4. Mengembangkan paket-paket dan pola kunjungan
5. Pengoptimalan peran BPPD
6. Pembuatan *booklet* wisata
7. Pemanfaatan sarana media sosial
8. Menjalin kerjasama dengan *stakeholder* internal maupun eksternal.

Pemerintah Kota Surakarta melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta melaksanakan pemasaran pariwisata secara berkala baik *offline* maupun *online*. Pelaksanaan promosi secara *offline* melalui program sebagai berikut:

1. Pelaksanaan event berskala lokal, nasional dan internasional
2. Penyusunan Solo Kalender Event tiap Tahun
3. *Roadshow* promosi pariwisata bersama *stakeholder* pariwisata
4. *Business Matching* pariwisata
5. *Table Top* promosi pariwisata
6. Promosi bersinergi bersama *stakeholder* pariwisata

Adapun promosi secara online melalui kegiatan berikut :

1. Promosi via Media Sosial (Instagram, Twitter, Facebook, dll)
2. Promosi via Famtrip
3. Promosi via *influencer*

4. Promosi via media massa
5. dll

Pada tahun 2022 Kota Surakarta memiliki 73 event budaya mulai dari event nasional hingga internasional. Dengan program tersebut, apakah angka-angka kunjungan wisata tersebut sudah menunjukkan efektifitas dari upaya pemasaran yang dilakukan, perlu dilakukan evaluasi secara terstruktur dan memadai.

Evaluasi diperlukan untuk menjamin tersedianya umpan balik bagi perencanaan pembangunan. Ruang lingkup evaluasi mencakup: (a) realisasi masukan (*input*); (b) realisasi keluaran (*output*); dan (c) dan realisasi hasil (*outcome*).

### **1.2. Tujuan dan Sasaran Kegiatan**

Tujuan kegiatan ini adalah tersedianya Dokumen Hasil kajian Monitoring dan Evaluasi Pengembangan Pemasaran Pariwisata untuk memberikan arah kebijakan investasi di Kota Surakarta. Adapun sasarannya meliputi:

- 1) Mengidentifikasi upaya pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Perhubungan dan Pariwisata kota Surakarta dalam kurun satu tahun serta kunjungan wisata yang dihasilkan
- 2) Mengevaluasi kinerja pemasaran ditinjau dari aspek input, proses, output, dan *outcomenya*. Evaluasi dititik beratkan pada kendala yang dihadapi serta upaya perbaikannya
- 3) Masukan strategi pemasaran pariwisata.

### **1.3. Output Pekerjaan**

Keluaran dari Penyusunan RUPM Kota Surakarta adalah sebagai berikut:

- 1) Laporan Pendahuluan sebanyak 5 (lima) buah.
- 2) Laporan Akhir sebanyak 5 (lima) buah.
- 3) Draft Ranperwali sebanyak 10 (sepuluh) buah

- 4) Perekaman Data Digital Hasil Akhir Pekerjaan yang disimpan dalam Flash Disk sebanyak 2 (satu) buah dan CD sebanyak 3 (dua) buah.

#### **1.4. Lingkup Wilayah/ Lokasi Pekerjaan**

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan di Kota Surakarta.

#### **1.5. Dasar Hukum**

Pelaksanaan Penyusunan Monitoring dan Evaluasi Pengembangan dan Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta Tahun 2022 berpedoman pada:

- 1) Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4286);
- 2) Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 104, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4421);
- 3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata;
- 4) Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 2006 tentang Pelaporan Keuangan dan Kinerja Instansi Pemerintah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 25, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4614);
- 5) Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2006 tentang Tata Cara Pengendalian dan Evaluasi Pelaksanaan Rencana Pembangunan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 96, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4663);
- 6) Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2008 tentang Dekonsentrasi dan Tugas Pembantuan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 20, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4816);



- 7) Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 2008 tentang Sistem Pengendalian Intern Pemerintah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 127, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4890);
- 8) Peraturan Presiden Nomor 29 Tahun 2014 tentang Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 80);
- 9) Peraturan Presiden Nomor 19 Tahun 2015 tentang Kementerian Pariwisata (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 20);
- 10) Peraturan Presiden Nomor 123 Tahun 2016 tentang Petunjuk Teknis Dana Alokasi Khusus Fisik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 364);
- 11) Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 6 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pariwisata (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 545);
- 12) Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 22 Tahun 2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Dekonsentrasi Kementerian Pariwisata (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2015 Nomor 1725) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 22 Tahun 2015 tentang Pelaksanaan Kegiatan Dekonsentrasi [www.jdih.kememparekraf.go.id](http://www.jdih.kememparekraf.go.id) -3- Kementerian Pariwisata (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 1969);
- 13) Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 1 Tahun 2017 tentang Petunjuk Teknis Operasional Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 212);
- 14) Perda Kota Surakarta Nomor 9 Tahun 2011 tentang Retribusi Daerah;

- 15) Perda Kota Surakarta Nomor 13 Tahun 2016 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah tahun 2016 – 2026;
- 16) Perda Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Usaha Pariwisata;
- 17) Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta Tahun 2021-2041.

#### **1.6. Sistematika Laporan**

Sistematika laporan Akhir Penyusunan Laporan Pengembangan Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta Tahun 2022 adalah sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang, ruang lingkup, tujuan dan sasaran, lingkup pekerjaan dan sistematika penulisan.

##### **BAB II TINJAUAN KEBIJAKAN KEPARIWISATAAN**

Bab ini berisi tentang kajian literatur terkait kepariwisataan dan dasar umum kebijakannya, yang meliputi definisi, tinjauan kebijakan.

##### **BAB III METODE KAJIAN**

Bab ini berisi tentang metode yang digunakan dalam proses penyusunan laporan pengembangan pemasaran kepariwisataan di Kota Surakarta yang meliputi penyusunan metodologi, pengolohan data metode identifikasi dan pengolahan data, analisis dan evaluasi, hingga pembuatan laporan dan tahap rekomendasi.

##### **BAB IV GAMBARAN UMUM KOTA SURAKARTA**

Bab ini berisi mengenai gambaran umum wilayah, kondisi fisik daerah maupun perekonomian, kondisi demografi dan kondisi ekonomi Kota Surakarta.

##### **BAB V KEPARIWISATAAN KOTA SURAKARTA**

Bab ini berisi histori kepariwisataan, ragam kepariwisataan, dan sarana prasarana kepariwisataan di Kota Surakarta.

##### **BAB VI MONITORING DAN EVALUASI PEMASARAN**

Bab ini berisi mengenai data dan analisa kunjungan, pengembangan pemasaran pariwisata di Kota Surakarta yang meliputi data dan analisa. pemasaran pariwisata, kinerja pariwisata, analisa komparasi, pengaruh kinerja dan pemasaran dan capaian kinerja pariwisata.

### **BAB VII HASIL KAJIAN DAN REKOMENDASI**

Bab ini berisi hasil kajian monitoring dan evaluasi pemasaran pariwisata serta rekomendasi konsep dan program kegiatan pemasaran pariwisata Kota Surakarta.

## BAB II

### TINJAUAN KEBIJAKAN PARIWISATA

#### 2.1. Tinjauan Kepariwisataan

##### 2.1.1. Wisata, Kepariwisataan dan Tujuannya

Menurut UU No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pada Bab 1 Pasal 1 disebutkan tentang 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. Sedangkan wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. 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.

Pada Bab 2 Pasal 3 disebutkan bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Dilanjut dengan Pasal 4 yaitu kepariwisataan bertujuan untuk: a. meningkatkan pertumbuhan ekonomi; b. meningkatkan kesejahteraan rakyat; c. menghapus kemiskinan; d. mengatasi pengangguran; e. melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya; f. memajukan kebudayaan; g. mengangkat citra bangsa; h. memupuk rasa cinta tanah air; i. memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan j. mempererat persahabatan antarbangsa.

##### 2.1.2. Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Mancanegara

Wisatawan nusantara merupakan seseorang yang melakukan perjalanan di wilayah teritorial atau suatu negara dengan lama perjalanan kurang dari 6 bulan dan bukan bertujuan untuk memperoleh penghasilan di

tempat yang dikunjungi serta bukan perjalanan rutin (sekolah atau bekerja), mengunjungi daya tarik wisata komersil atau menginap di akomodasi komersil dan atau jarak perjalanan  $\geq 100$  km pulang pergi. Di antara motivasi kunjungan wisatawan adalah berlibur, rekreasi, profesi/bisnis, pertemuan, kesehatan, ziarah, berkunjung atau olahraga. (*budpar.go.id*)

Adapun wisatawan mancanegara menurut United Nation World Trade Organization (WTO) adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu negara di luar negaranya, kurang dari satu tahun, didorong oleh suatu tujuan utama (bisnis, berlibur, atau tujuan pribadi lainnya), selain untuk bekerja dengan penduduk negara yang dikunjungi. Definisi ini mencakup dua hal, diantaranya:

1. Wisatawan (*tourist*)

Wisatawan dengan waktu berkunjung minimal 24 jam namun tidak lebih dari 12 bulan di tempat yang dikunjungi, dengan maksud antara lain; (personal) berlibur/rekreasi, mengunjungi keluarga, pelatiha, kesehatan, keagamaan, belanja, atau (bisnis) pertemuan, konferensi, pameran, konser, pertunjukan, dsb.

2. Pelancong (*Excursionist*)

Pengunjung yang tinggal kurang dari 24 jam di tempat yang dikunjungi (termasuk *cruise passenger*) di mana mereka tidak menginap di akomodasi yang tersedia.

Pada Pasal 6 UU No 10 Tahun 2009 disebutkan bahwa pembangunan kepariwisataan dilakukan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memerhatikan keaneka-ragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan bahwa pemabngunan kepariwisataan meliputi; a) industri pariwisata, b) destinasi pariwisata, c) pemasaran, d) kelembagaan kepariwisataan. Untuk mendukung kegiatan pemasaran, maka dibentuklah Badan Promosi Pariwisata Indonesia. Tugas dan fungsi Badan Promosi Pariwisata Indonesia menurut Pasal 42 adalah sebagai berikut;

- a. meningkatkan citra kepariwisataan Indonesia;

- b. meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan penerimaan devisa;
- c. meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan pembelanjaan;
- d. menggalang pendanaan dari sumber selain Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
- e. melakukan riset dalam rangka pengembangan usaha dan bisnis pariwisata.

Menurut Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 10 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2012–2027, 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, pemerintah kabupaten/kota dan pengusaha.

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.

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.

Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.



## 2.2. Rencana Pembangunan Bidang Pariwisata

### 2.2.1. Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD)

Surakarta sebagai **Kota Budaya** mengandung maksud bahwa pengembangan Kota Surakarta memiliki wawasan budaya dalam arti luas, dimana seluruh komponen masyarakat dalam setiap kegiatannya menjunjung tinggi nilai-nilai luhur, berkepribadian, demokratis-rasional, berkeadilan sosial, menjamin Hak Asasi Manusia (HAM) dan menegakkan supremasi hukum dalam tatanan masyarakat yang berke-Tuhanan Yang Maha Esa.

**Mandiri** dalam visi itu dapat diartikan bahwa daerah mampu mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi dengan mengandalkan kemampuan dan kekuatan sendiri, dengan mengoptimalkan berbagai potensi sumber daya yang dimiliki.

**Maju**, bagi suatu daerah dapat ditinjau dari berbagai indikator, antara lain dari indikator sosial tingkat kemajuan suatu daerah dapat diukur dari kualitas sumber daya manusianya yang memiliki kepribadian dan akhlak mulia, berkualitas dengan tingkat pendidikan yang tinggi yang memiliki kemampuan untuk mengembangkan daya cipta rasa dan karsanya dalam mensikapi berbagai tantangan kehidupan.

**Sejahtera** dalam hal ini memiliki dimensi lahir maupun batin, dimana sejahtera lahir diartikan terpenuhi segala kebutuhan sandang, pangan dan papan, terpenuhinya kebutuhan dasar di bidang pendidikan, kesehatan, dan tersedianya lapangan kerja sehingga dapat meningkatkan pendapatan perkapita serta kemampuan daya beli.

Untuk mewujudkan visi pembangunan tersebut, maka ditempuh dengan misi berikut:

1. Mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas;
2. Mewujudkan peningkatan kualitas pelayanan umum ;
3. Mewujudkan keamanan dan ketertiban;
4. Mewujudkan perekonomian daerah yang mantap;
5. Mewujudkan lingkungan hidup yang baik dan sehat;

6. Mewujudkan perlindungan sosial;
7. Mewujudkan ketersediaan sarana dan prasarana perkotaan yang cukup dan berkualitas;

Sebagai ukuran terwujudnya Kota Surakarta sebagai kota budaya yang mandiri, maju dan sejahtera maka pembangunan jangka panjang Kota Surakarta diarahkan pada pencapaian sasaran-sasaran pokok sebagai berikut:

Tabel 1. Strategi dan Arah Pembangunan Jangka Panjang untuk Mewujudkan Visi Kota Surakarta 2005 – 2025

No	Strategi	Rumusan Arah Pembangunan pada Kepariwisata
1	Mewujudkan sumber daya manusia yang berkualitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemantapan pendidikan budi pekerti dalam rangka pembinaan akhlak mulia termasuk etika dan estetika sejak dini di kalangan peserta didik, dan pengembangan wawasan budaya dan lingkungan hidup;</li> <li>2. Penciptaan iklim kondusif melalui pola-pola pembinaan bagi generasi muda dalam mengembangkan dan mengaktualisasikan potensi, minat dan bakat untuk mencapai prestasi di bidang sosial budaya dan olahraga;</li> <li>3. Peningkatan upaya kesehatan dengan mengutamakan upaya promotif dan preventif yang didukung oleh upaya kuratif dan rehabilitatif;</li> <li>4. Peningkatan pemanfaatan sistem informasi kesehatan melalui pengembangan jejaring informasi kesehatan yang akurat dan tepat di setiap tingkatan pelayanan kesehatan.</li> <li>5. Peningkatan ketersediaan sarana prasarana pelayanan kesehatan yang dapat dijangkau masyarakat.</li> <li><b>6. Peningkatan pola-pola pembinaan terhadap sanggar-sanggar seni dan paguyuban kebudayaan tradisional, baik pada tingkatan anak-anak, remaja maupun dewasa.</b></li> <li><b>7. Peningkatan pemberian fasilitasi terhadap keragaman budaya daerah, agar dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan tradisi daerah.</b></li> <li><b>8. Peningkatan jalinan kerjasama dengan berbagai pihak dalam pengelolaan kekayaan budaya daerah.</b></li> </ol>
2	Terwujudnya peningkatan kualitas pelayanan umum	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan kualitas tata kelola pemerintahan yang baik (<i>good governance</i>) yang didukung oleh kelembagaan yang efisien, aparatur yang profesional, dan sarana prasarana yang cukup dan maju.</li> <li>2. Peningkatan kualitas dan kinerja pelayanan dengan pengembangan manajemen pelayanan yang baik dengan prioritas pelayanan bidang : <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Administrasi umum pemerintahan;</li> <li>b. Administrasi kependudukan;</li> <li>c. Perijinan usaha / investasi;</li> <li>d. Kesehatan masyarakat;</li> <li>e. Pendidikan;</li> <li>f. Pelayanan penyelenggaraan ibadah keagamaan;</li> <li>g. Ketenagakerjaan;</li> <li>h. Infrastruktur, utilitas, sanitasi lingkungan hidup;</li> <li>i. Peningkatan keamanan dan ketertiban; dan</li> <li>j. Peningkatan fasilitas olahraga dan kepemudaan;</li> </ol> </li> <li>3. Peningkatan ketersediaan sarana dan prasarana untuk media komunikasi dan interaksi dengan masyarakat dalam upaya menyerap aspirasi yang berkembang di masyarakat.</li> </ol>

No	Strategi	Rumusan Arah Pembangunan pada Kepariwisataan
		<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Peningkatan kapabilitas kelembagaan perwakilan rakyat dalam menyelesaikan berbagai permasalahan di daerah, termasuk di dalam menghasilkan produk-produk peraturan daerah yang menunjang pembangunan.</li> <li>5. Peningkatan dan optimalisasi model-model pengelolaan keuangan daerah, yang berbasis pada kinerja atau prestasi kerja, baik melalui peningkatan kualitas SDM pengelolanya maupun terhadap peralatan pendukungnya.</li> </ol>
3	Mewujudkan keamanan dan ketertiban	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Peningkatan aktualisasi nilai-nilai budaya sebagai salah satu sarana untuk mewujudkan terciptanya kesadaran hukum masyarakat;</b></li> <li>2. Peningkatan kerjasama yang harmonis antar kelompok atau golongan masyarakat agar mampu saling memahami dan menghormati keyakinan dan pendapat masing-masing;</li> <li>3. Penguatan iklim kondusif kehidupan demokratis dan peningkatan percepatan proses konsolidasi demokrasi di daerah.</li> <li>4. Peningkatan kerjasama pemerintah, masyarakat dan dunia usaha dalam mewujudkan kota yang aman dan tertib, melalui kebijakan, program dan kegiatan yang terintegrasi dan berkesinambungan.</li> </ol>
4	Mewujudkan perekonomian daerah yang mantap	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan upaya penumbuhan lapangan kerja sesuai dengan ketersediaan dan spesifikasi keahlian yang dimiliki tenaga kerja.</li> <li>2. Penumbuhan sentra-sentra industri kecil dan menengah agar mampu berperan aktif dalam penyerapan tenaga kerja.</li> <li>3. Peningkatan kualitas hubungan industrial dan perlindungan hak-hak pekerja terkait dengan masalah rekrutmen, pengupahan, Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), perlindungan keselamatan dan kesehatan serta hak-hak pekerja lainnya.</li> <li>4. Perluasan akses UMKM dan Koperasi kepada sumber-sumber permodalan, inovasi dan teknologi produksi, serta pemasaran global.</li> <li>5. Perbaikan lingkungan usaha dan penyederhanaan perijinan kegiatan usaha dan investasi.</li> <li>6. Peningkatan kuantitas dan kualitas institusi pendukung yang menjalankan fungsi intermediasi sebagai penyedia jasa pengembangan usaha, teknologi, manajemen, pemasaran dan informasi,</li> <li>7. Pengembangan UMKM dan Koperasi melalui pendekatan klaster di sektor agro industri disertai dengan pemberian kemudahan dalam pengelolaan usaha,</li> <li>8. Pengembangan UMKM dan Koperasi agar makin berperan dalam proses industrialisasi, perkuatan keterkaitan industri, percepatan pengalihan teknologi dan peningkatan kualitas SDM serta perkuatan struktur perekonomian daerah,</li> <li>9. Pengintegrasian pengembangan usaha dalam konteks pengembangan regional melalui kerjasama antar daerah sesuai dengan karakteristik dan potensi unggulan daerah,</li> <li>10. Pengembangan UMKM dan Koperasi untuk makin berperan sebagai penyedia barang dan jasa pada pasar domestik yang makin berdaya saing dengan produk impor,</li> <li>11. <b>Peningkatan promosi investasi dengan melakukan gelar potensi dalam event-event pameran, workshop, promosi dan forum temu usaha dan bisnis.</b></li> <li>12. <b>Peningkatan daya saing produk unggulan daerah, melalui penyerapan dan perekayasa teknologi serta pengembangan sentra dan klaster industri.</b></li> <li>13. Peningkatan dan pengembangan program-program rehabilitasi dan pemeliharaan prasarana dan fasilitas perhubungan serta transportasi,</li> <li>14. Peningkatan kualitas dan produktivitas tenaga kerja di masyarakat, melalui berbagai bentuk program dan media yang akan diupayakan baik oleh pemerintah daerah sendiri maupun dengan menjalin kerjasama dengan pihak ketiga.</li> </ol>

No	Strategi	Rumusan Arah Pembangunan pada Kepariwisataan
		15. Peningkatan kesempatan kerja bagi masyarakat, melalui berbagai program kemitraan dengan pihak ketiga dalam bentuk penyusunan informasi bursa kerja, pelatihan tenaga kerja siap pakai, dan sebagainya. 16. Peningkatan program-program promosi dan kerjasama investasi dengan berbagai pihak, yang mendorong percepatan kemajuan perekonomian daerah. 17. Peningkatan kerjasama kemitraan dengan berbagai pihak dalam upaya memperbesar perdagangan internasional atau peningkatan dan pengembangan ekspor. 18. Peningkatan jalinan kemitraan dengan berbagai pihak untuk pengembangan pemasaran dan destinasi obyek wisata.
5	Mewujudkan lingkungan hidup yang baik dan sehat	1. Pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya ekonomi masyarakat secara bijaksana dan terkendali dengan tetap memperhatikan keseimbangan dan kelestarian lingkungan hidup; 2. Koordinasi, integrasi, sinkronisasi dan sinergi yang optimal antar institusi dan pemangku kepentingan dalam pemberian pelayanan di bidang lingkungan hidup; 3. Peningkatan kualitas hidup sosial melalui peningkatan peran kelembagaan dan pranata sosial serta penghormatan terhadap pengetahuan dan kearifan lokal ( <i>local wisdom</i> ) dalam pengelolaan lingkungan hidup; <b>4. Penataan kembali ruang-ruang publik sesuai dengan fungsi atau peruntukannya;</b> <b>5. Penataan wajah kota (<i>city beauty</i>) dan menciptakan ikon kota;</b> <b>6. Pengendalian pemanfaatan ruang sesuai dengan Peraturan Daerah RUTRK (Rencana Umum Tata Ruang Kota) dan dokumen tata ruang yang lebih detail lainnya;</b> <b>7. Pengelolaan persampahan kota secara baik, benar dan berkesinambungan;</b> 8. Optimalisasi pola pengendalian pencemaran dan kerusakan lingkungan, baik melalui penyuluhan dan pembenahan terhadap peraturan perundangan yang berlaku; 9. Optimalisasi program-program pengelolaan RTH (Ruang Terbuka Hijau), baik secara mandiri maupun dengan mengadakan jalinan kerjasama dengan pihak lain; 10. Optimalisasi lingkungan hidup yang baik dan sehat dalam menunjang Pola Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) baik paripurna maupun mandiri; 11. Optimalisasi dan fasilitasi pengembangan sistem informasi dan sistem pendaftaran tanah.
6	Mewujudkan perlindungan sosial	1. Pengelolaan data dan informasi serta administrasi kependudukan dalam mendukung kebijakan bidang kependudukan; 2. Pelatihan teknis dan manajemen usaha terutama bagi keluarga miskin dan kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS); 3. Peningkatan kemampuan dan kepedulian sosial masyarakat dalam pelayanan kesejahteraan sosial secara melembaga dan berkelanjutan; 4. Perwujudan ketahanan sosial individu, keluarga dan komunitas masyarakat dalam mencegah dan menangani permasalahan sosial; 5. Penyusunan sistem dan peningkatan kualitas manajemen perlindungan sosial masyarakat di kota; 6. Penataan sistem administrasi kependudukan sampai di tingkat kelurahan secara baik; 7. Penyelenggaraan kebijakan publik yang baik dan serasi dalam upaya peningkatan kualitas anak dan perempuan; 8. Penguatan kelembagaan pengarusutamaan gender dan anak;
7	Mewujudkan kualitas dan kuantitas sarana dan prasarana perkotaan	<b>1. Penyediaan sarana prasarana perhubungan (jalan dan jembatan) serta transportasi masyarakat dalam rangka memantapkan distribusi barang jasa dan penumpang;</b>

No	Strategi	Rumusan Arah Pembangunan pada Kepariwisataan
		<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Penyediaan tenaga listrik dan sumber energi lainnya dalam rangka mendukung produktivitas masyarakat;</li> <li>3. <b>Penyediaan sarana prasarana komunikasi dan informatika dalam rangka meningkatkan kelancaran kegiatan sosial budaya dan ekonomi masyarakat;</b></li> <li>4. Penyediaan sarana prasarana lingkungan yang meliputi air minum, sanitasi dan drainase, pembuangan sampah dan instalasi pengolah air limbah dalam rangka meningkatkan lingkungan yang nyaman,</li> <li>5. <b>Penyediaan sarana prasarana penanggulangan dan antisipasi terhadap bencana yang mengancam tata kehidupan sosial, ekonomi dan budaya masyarakat.</b></li> </ol>

Sumber: RPJPD Kota Surakarta tahun 2005 – 2025

### 2.2.2. Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD)

Berdasarkan RPJMD Kota Surakarta Tahun 2021–2026, **Visi Kota Surakarta adalah : Mewujudkan Surakarta sebagai Kota Budaya yang Modern, Tangguh, Gesit, Kreatif, dan Sejahtera.** Visi tersebut dijabarkan dalam beberapa misi. Misi merupakan upaya umum tentang bagaimana cara mewujudkan Visi. Rumusan misi dan penjelasan elemen misi Walikota dan Wakil Walikota terpilih sebagai berikut:

1. memperkuat pertumbuhan ekonomi yang adaptif dan berkelanjutan;
2. mewujudkan tata ruang dan infrastruktur kota yang mendukung pemajuan kebudayaan dan pariwisata berkelanjutan;
3. meningkatkan kualitas dan daya saing pemuda dan masyarakat umum, di bidang pendidikan, ekonomi, seni budaya, dan olahraga;
4. mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan bersama warga kota yang berkeadilan dan inklusif

Sedangkan strategi dan arah kebijakan untuk mewujudkan visi misi Kota Surakarta Tahun 2021–2026 adalah sebagai berikut :

Tabel 2 Strategi dan arah kebijakan untuk mewujudkan visi misi Kota Surakarta Tahun 2021–2026

No	Strategi	Arah Kebijakan
1.	Peningkatan Pengelolaan daya tarik dan daya saing pariwisata berbasis masyarakat ( <i>eco socio tourism</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengembangan sarana prasarana dan aksesibilitas untuk daya tarik destinasi pariwisata</li> <li>2. Perbaikan manajemen pemasaran obyek wisata, termasuk optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi, jaringan komunitas dan media sosial</li> </ol>



No	Strategi	Arah Kebijakan
		<ol style="list-style-type: none"> <li>3. <b>Optimalisasi peran serta swasta dan masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif dan industri pariwisata</b></li> <li>4. <b>Peningkatan kapasitas dan kerja sama dengan pelaku wisata untuk pengembangan sumber daya pariwisata</b></li> </ol>
2.	Penguatan dan Pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM), Usaha Mikro dan Koperasi berbasis ekonomi kreatif yang mendukung sektor pariwisata	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Optimalisasi pemanfaatan Teknologi Informasi berbasis internet untuk Penguatan produktivitas usaha mikro, IKM, dan koperasi mewujudkan smart economy, mencakup: a. Kemudahan Perizinan b. Pelatihan penguasaan teknologi, c. Fasilitasi modal, d. Menghubungkan dengan jaringan pemasaran e. Fasilitasi standarisasi produk.</li> <li>2. Monitoring dan evaluasi melalui pengelolaan sistem informasi industri</li> </ol>
3.	<b>Menerapkan mekanisme Smart City untuk Pengelolaan infrastruktur kota yang cerdas (<i>smart</i>) sinergis lintas sektor memperkuat industri pariwisata dan pemajuan budaya</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Penataan serta Pemeliharaan Kawasan dan Bangunan Cagar Budaya</b></li> <li>2. <b>Peningkatan akses jalan pendukung daya tarik wisata</b></li> <li>3. <b>Penataan bangunan dan lingkungan mendukung industri pariwisata dan pemajuan budaya (Unggulan: rintisan CBD convention hall)</b></li> <li>4. <b>Peningkatan upaya pemanfaatan dan pengendalian tata ruang</b></li> <li>5. <b>Pengelolaan persampahan regional</b></li> <li>6. <b>Penetapan regulasi untuk jasa konstruksi pro lingkungan berkelanjutan (hemat energi, antisipatif risiko bencana, tidak merusak lingkungan, dan mencerminkan citra budaya Surakarta)</b></li> </ol>
4.	<b>Peningkatan kualitas sarana prasarana perhubungan</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Fasilitasi kerja sama sistem transportasi untuk mendukung pariwisata Solo Raya</b></li> <li>2. <b>Optimalisasi layanan dan sarana prasarana transportasi publik</b></li> <li>3. <b>Pengelolaan manajemen risiko kemacetan dan perparkiran</b></li> </ol>
5.	Optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi untuk Peningkatan akses dan Kualitas pendidikan formal, non formal dan informal mewujudkan Surakarta Kota Cerdas ( <i>smart city</i> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan kapasitas dan profesionalisme tenaga kependidikan di satuan pendidikan formal maupun informal</li> <li>2. Pembangunan dan pemeliharaan sarana prasarana pendidikan dasar dan PAUD berbasis teknologi informasi yang menjadi kewenangan pemerintah kota</li> <li>3. Pengembangan aplikasi dan digitalisasi dalam mendukung optimalisasi penyelenggaraan layanan pendidikan</li> <li>4. Penyaluran bantuan pendidikan bagi para pelajar dari keluarga tidak mampu secara tepat sasaran</li> <li>5. Pengembangan kurikulum berbasis <i>skill, knowledge, attitude dan learning culture</i> untuk memperkuat internalisasi nilai budaya lokal</li> <li>6. Peningkatan Apresiasi Siswa Terhadap Bahasa dan Sastra Daerah</li> </ol>
6.	Perluasan kesempatan kerja dan daya saing tenaga kerja	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjalin jejaring Lintas Lembaga dan Kerja Sama dengan Sektor Swasta untuk penyerapan pencari kerja</li> <li>2. Pelatihan kepada Pencari Kerja berbasis kompetensi dengan uji kompetensi</li> <li>3. Perlindungan tenaga kerja, termasuk Layanan Disabilitas Ketenagakerjaan</li> </ol>
7.	Penguatan keberdayaan Kelurahan berdaya saing dalam mengoptimalkan sumber daya sosial, ekonomi, dan lingkungan sesuai kearifan lokal	Penguatan kolaborasi lintas sektor pemerintahan, dunia usaha atau komunitas sosial untuk membentuk masyarakat yang produktif, sehat, dan peduli lingkungan:
8.	<b>Optimalisasi pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Penguatan kolaborasi lintas pelaku seni budaya dan industri seni mewujudkan <i>Smart Culture</i> di Kota Surakarta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Pelestarian dan pemanfaatan bangunan cagar budaya untuk penyelenggaraan kegiatan seni budaya untuk mendukung sektor pariwisata</b></li> <li>2. <b>Pelestarian dan pemanfaatan obyek pemajuan warisan budaya tak benda untuk mendukung pariwisata</b></li> <li>3. <b>Penguatan branding konten nilai budaya dan produk budaya Surakarta di tingkat nasional dan internasional dalam format modern</b></li> <li>4. <b>Optimalisasi kegiatan seni pertunjukan dan gelaran festival budaya dalam format modern</b></li> </ol>
9.	Optimalisasi pemanfaatan Teknologi Informasi dan analisis Big Data untuk Penguatan inovasi pelayanan publik mewujudkan <i>smart city</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemanfaatan teknologi informasi dan big data mewujudkan smart city</li> <li>2. Kolaborasi lintas sektor untuk memproduksi, pemasaran dan pemanfaatan inovasi daerah mewujudkan kota cerdas (<i>smart city</i>)</li> <li>3. Penguatan kapabilitas birokrasi untuk memproduksi dan memanfaatkan data secara valid dan akurat berbasis teknologi informasi dalam pengambilan keputusan kebijakan mewujudkan kota cerdas (<i>smart city</i>) di Surakarta</li> <li>4. Pemanfaatan data kependudukan melalui sistem terintegrasi dan analisis big data untuk menghasilkan smart policy (kebijakan yang cerdas berbasis data)</li> </ol>
10.	Meningkatkan edukasi tentang keberagaman, dan toleransi kepada seluruh lapisan masyarakat sejak usia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemanfaatan media sosial berbasis internet untuk Koordinasi dan Kolaborasi lintas komponen mengkampanyekan keberagaman dan toleransi mewujudkan kota cerdas (<i>smart city</i>)</li> </ol>



No	Strategi	Arah Kebijakan
	dini mewujudkan kota cerdas ( <i>smart city</i> )	2. Kerja sama antar Lembaga dan Kemitraan dalam Teknik Pencegahan dan Penanganan Gangguan Ketenteraman dan Ketertiban Umum
<b>11.</b>	Meningkatkan upaya kesiagaan mengantisipasi risiko bencana melalui pemanfaatan Teknologi Informasi dan analisis big data kejadian bencana dan dampaknya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penataan Sistem Dasar Penanggulangan Bencana dan pengelolaan risiko bencana</li> <li>2. Penyediaan Peralatan Perlindungan dan Kesiapsiagaan terhadap Bencana</li> <li>3. Optimalisasi pemanfaatan teknologi informasi dan analisis Big Data untuk meningkatkan Pencegahan, Pengendalian, Penanganan, dan Penyelamatan, Bencana Kebakaran</li> </ol>

*Sumber: RPJMD Kota Surakarta Tahun 2021-2026*

### **2.3. Kebijakan Spasial Pembangunan Pariwisata dalam RTRW**

Kebijakan spasial yang ditinjau dalam hal ini adalah Perda No 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Surakarta tahun 2021-2041.

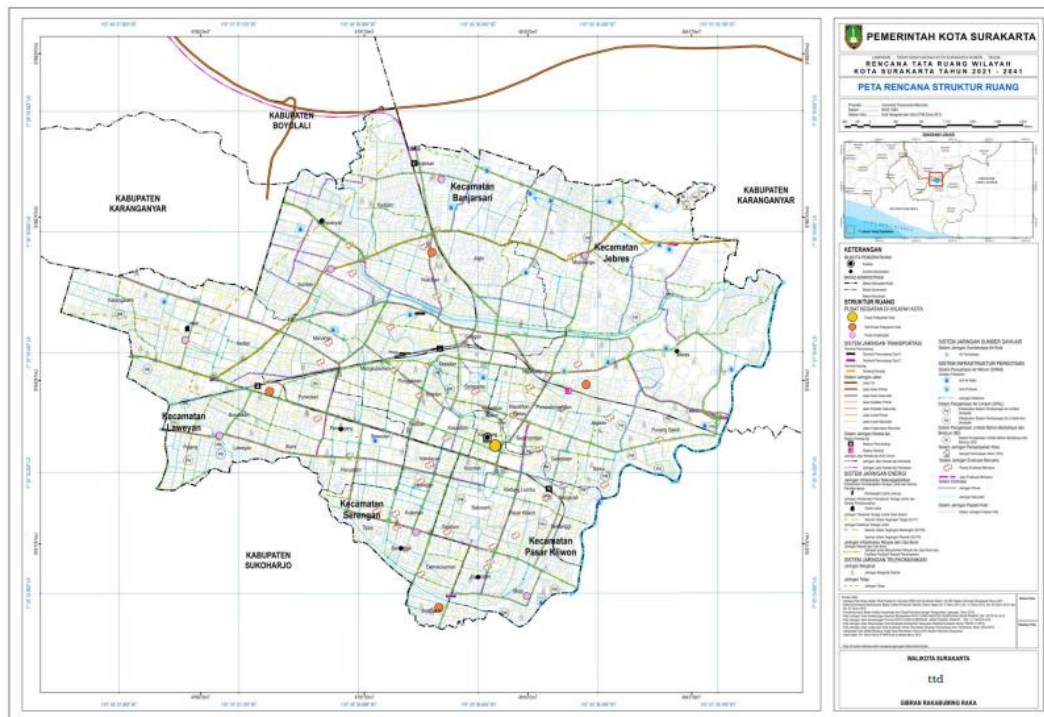
#### **2.3.1. Tujuan dan Rencana Struktur Ruang Kota Surakarta**

Tujuan penataan ruang Kota Surakarta adalah memantapkan peran Daerah sebagai PKN yang produktif, berkelanjutan, dan berbasis budaya yang didukung sektor industri kreatif, pariwisata, perdagangan, dan jasa. Rencana Struktur Ruang meliputi:

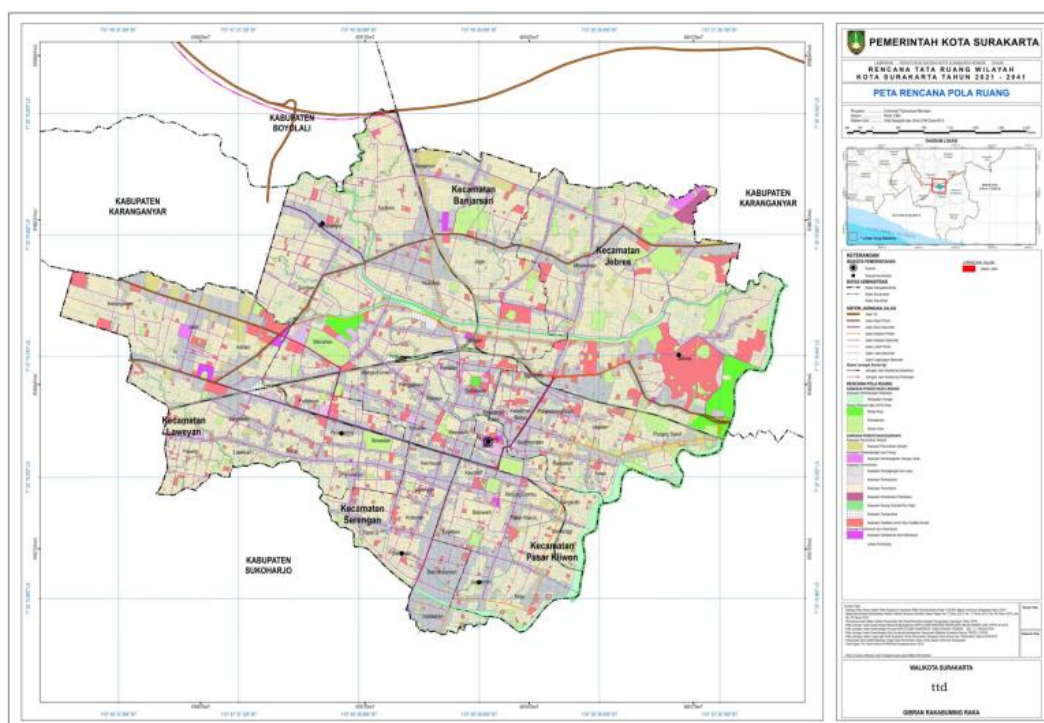
Tabel 3. Rencana Struktur Ruang

No	Pusat Kegiatan	Wilayah
1	PKN	meliputi seluruh wilayah Daerah
2	PPK	Kelurahan Kampung Baru dan Kelurahan Kedung Lumbu di Kecamatan Pasar Kliwon
3	SPK	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. SPK Kecamatan Pasar Kliwon dan Kecamatan Serengan berada di Kelurahan Joyontakan;</li> <li>b. SPK Kecamatan Laweyan berada di Kelurahan Purwosari</li> <li>c. SPK Kecamatan Jebres berada di Kelurahan Jebres;</li> <li>d. SPK Kecamatan Banjarsari berada di Kelurahan Nusukan</li> </ol>
4	PL	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kecamatan Laweyan berada di:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelurahan Laweyan; dan</li> <li>2. Kelurahan Jajar.</li> </ol> </li> <li>b. Kecamatan Serengan berada di Kelurahan Serengan;</li> <li>c. Kecamatan Pasar Kliwon berada di Kelurahan Mojo;</li> <li>d. Kecamatan Jebres berada di Kelurahan Mojosongo;</li> <li>e. Kecamatan Banjarsari berada di:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelurahan Sumber; dan</li> <li>2. Kelurahan Banjarsari.</li> </ol> </li> </ol>

*Sumber: Perda No 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta tahun 2021-2041*



Gambar 1. Peta Struktur Ruang Kota Surakarta



Gambar 2. Peta Rencana Pola Ruang Kota Surakarta

### 2.3.2. Pengembangan Kawasan Budidaya Peruntukan Pariwisata

Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta Tahun 2021-2041, pada

Pasal 41 ayat 1 huruf disebutkan bahwa kawasan pariwisata sebagaimana yang dimaksud pada Pasal 38 huruf c meliputi:

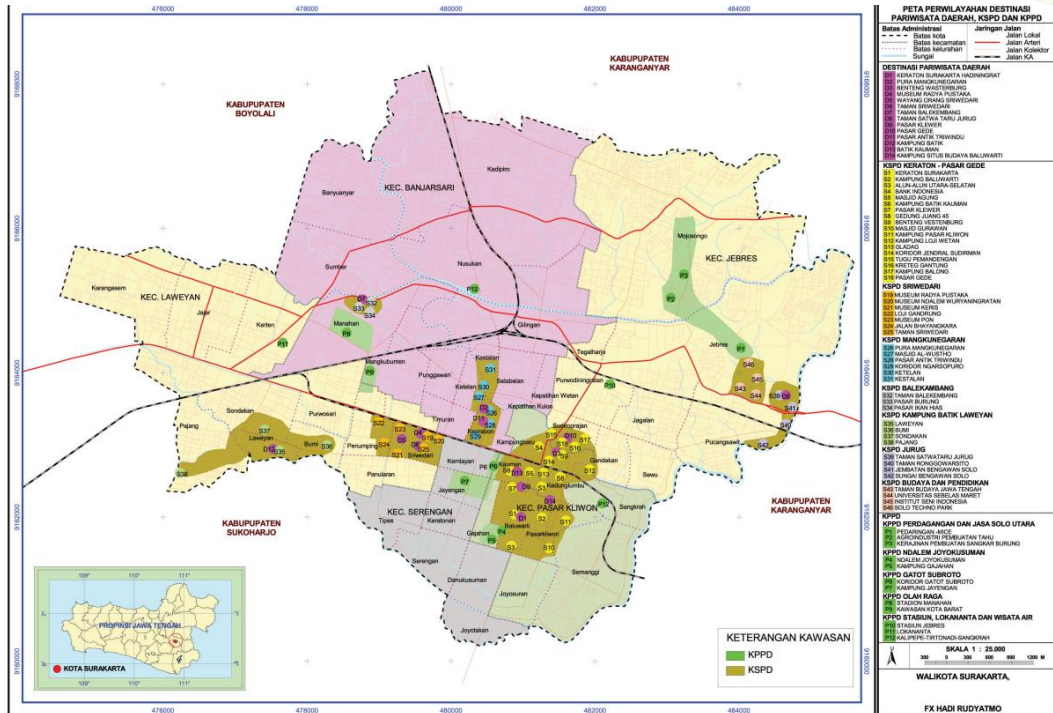
- a. Pariwisata Joglosemar Keraton Kasunanan, Kampung Batik Laweyan, Kampung Batik Kauman, dan Pura Mangkunegaran;
- b. Destinasi Pariwisata Solo–Sangiran;
- c. wisata cagar budaya, nilai tradisional, dan pariwisata sejarah;
- d. wisata belanja;
- e. wisata kuliner;
- f. wisata transportasi; dan
- g. wisata religi.

Pada ayat selanjutnya disebutkan tentang ketentuan Pariwisata Joglosemar Keraton Kasunanan, Kampung Batik Laweyan, Kampung Batik Kauman, dan Pura Mangkunegaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a sesuai dengan kebijakan Pemerintah Pusat.

Destinasi Pariwisata Solo–Sangiran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b sesuai dengan kebijakan pengembangan Pariwisata Provinsi. Wisata cagar budaya, nilai tradisional, dan pariwisata sejarah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf c berada diseluruh Kecamatan.

Wisata belanja sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d meliputi:

- a. wisata belanja batik di Kecamatan Pasar Kliwon dan Kecamatan Laweyan;
- b. wisata barang antik di Kecamatan Banjarsari dan Kecamatan Pasar Kliwon;
- c. wisata pasar rakyat di seluruh Kecamatan;
- d. wisata pusat perbelanjaan di seluruh Kecamatan; dan
- e. wisata belanja lainnya.



Gambar 3. Peta Sebaran Pariwisata berdasarkan RIPPARDA Kota Surakarta tahun 2016

### 2.3.3. Pengembangan Kawasan Strategis

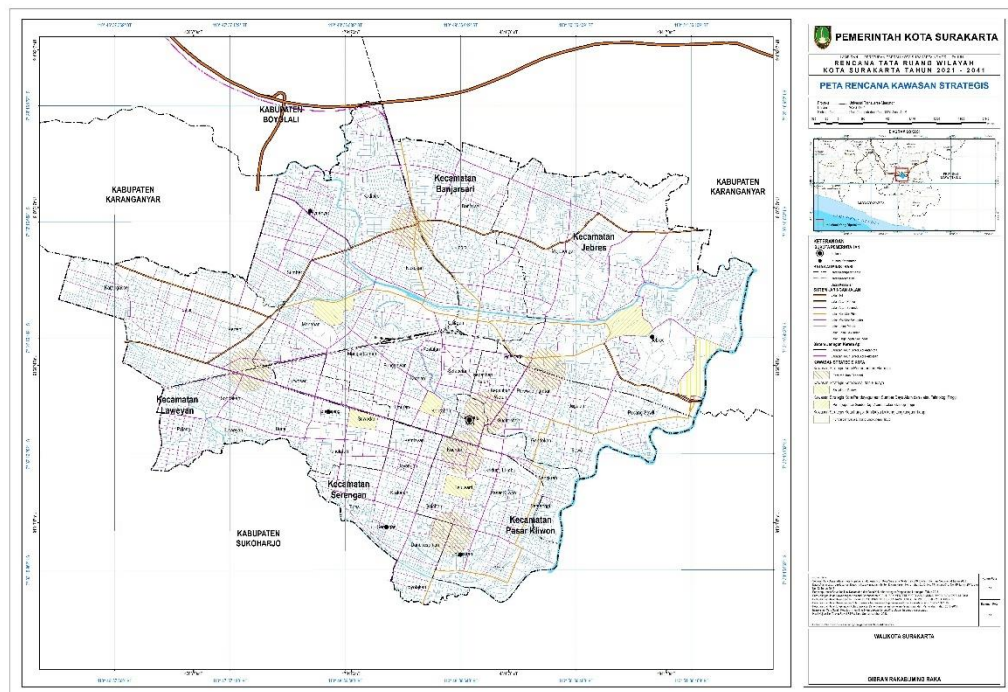
Terdapat 11 kawasan strategis yang ditetapkan dalam Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta Tahun 2021-2041, yaitu:



**Dari Sudut Kepentingan Pertumbuhan Ekonomi**, kawasan ini meliputi: (i) Kawasan stasiun Purwosari dan sekitarnya; (ii) Kawasan stasiun Jebres dan sekitarnya; ((iii) Kawasan Pasar Gede dan sekitarnya; (iv) Kawasan Joglo dan sekitarnya; (v) Kawasan Gading dan sekitarnya; dan (vi) Kawasan Pasar Klewer dan sekitarnya.

**Dari Sudut Kepentingan Sosial Budaya**, kawasan ini antara lain, (i) Kawasan Keraton Kasunanan dan sekitarnya; (ii) kawasan Pura Mangkunegaran dan sekitarnya; (iii) Kawasan Taman Sriwedari dan sekitarnya; dan (iv) Kawasan Taman Balekambang dan sekitarnya.

**Dari Sudut Kepentingan Pendayagunaan Sumber Daya Alam dan/atau Teknologi Tinggi**, berupa kawasan Solo Techno Park (STP) dan sekitarnya.



Gambar 4. Peta Kawasan Strategis Kota Surakarta

#### 2.4. Destinasi Kepariwisata dan Positioning Kota Surakarta

Pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 - 2025 Pasal 1 ayat 5 disebutkan bahwa destinasi pariwisata nasional yang selanjutnya disingkat DPN adalah destinasi pariwisata yang berskala nasional. Sedangkan pada ayat 7 menyebutkan Perwilayahan Pembangunan DPN adalah hasil perwilayahan Pembangunan Kepariwisata yang diwujudkan dalam bentuk DPN, dan KSPN.

Destinasi Pariwisata Nasional yang selanjutnya disingkat DPN adalah Destinasi Pariwisata yang berskala nasional. Pasal 10 ayat (1) disebutkan kriteria pengembangan DPN, yaitu:

- a. merupakan kawasan geografis dengan cakupan wilayah provinsi dan/atau lintas provinsi yang di dalamnya terdapat kawasan-kawasan pengembangan pariwisata nasional, yang diantaranya merupakan KSPN;
- b. memiliki Daya Tarik Wisata yang berkualitas dan dikenal secara luas secara nasional dan internasional, serta membentuk jejaring produk wisata dalam bentuk pola pemaketan produk dan pola kunjungan wisatawan;
- c. memiliki kesesuaian tema Daya Tarik Wisata yang mendukung penguatan daya saing;
- d. memiliki dukungan jejaring aksesibilitas dan infrastruktur yang mendukung pergerakan wisatawan dan kegiatan Kepariwisata; dan
- e. memiliki keterpaduan dengan rencana sektor terkait.

KSPN (Kawasan Strategis Pariwisata Nasional) yang adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata nasional yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan. Pada Pasal 10 ayat (2) dijelaskan kriteria penetapan KSPN, yaitu:



- a. memiliki fungsi utama pariwisata atau potensi pengembangan pariwisata;
- b. memiliki sumber daya pariwisata potensial untuk menjadi Daya Tarik Wisata unggulan dan memiliki citra yang sudah dikenal secara luas;
- c. memiliki potensi pasar, baik skala nasional maupun khususnya Internasional;
- d. memiliki posisi dan peran potensial sebagai penggerak investasi;
- e. memiliki lokasi strategis yang berperan menjaga persatuan dan keutuhan wilayah;
- f. memiliki fungsi dan peran strategis dalam menjaga fungsi dan daya dukung lingkungan hidup;
- g. memiliki fungsi dan peran strategis dalam usaha pelestarian dan pemanfaatan aset budaya, termasuk di dalamnya aspek sejarah dan keurbakalaan;
- h. memiliki kesiapan dan dukungan masyarakat;
- i. memiliki kekhususan dari wilayah;
- j. berada di wilayah tujuan kunjungan pasar wisatawan utama dan pasar wisatawan potensial nasional; dan
- k. memiliki potensi kecenderungan produk wisata masa depan.

Berdasarkan kriteria di atas, Pasal 11 menetapkan Perwilayahan DPN terdiri dari:

- f. 50 (lima puluh) DPN yang tersebar di 33 (tiga puluh tiga) provinsi; dan
- g. 88 (delapan puluh delapan) KSPN yang tersebar di 50 (lima puluh) DPN.

Di Jawa Tengah terdapat 3 DPN, yaitu:

- a. Semarang – Karimunjawa dan sekitarnya. Tema :Eco Island Resort of Karimunjawa
- b. Solo – Sangiran dan sekitarnya. Tema :Home of Java Man

c. Borobudur - Yogyakarta dan sekitarnya. Tema : Capital of World Heritage dan The Smiling of Jogja

Mengacu info yang berdasar pada laman <https://info5dsp.kemenparekraf.go.id/>, dinyatakan oleh Presiden Joko Widodo bahwa sektor pariwisata harus menjadi motor bagi peningkatan devisa, menciptakan *multiplier effect* yang mendorong pertumbuhan ekonomi kita. Untuk itu perlu strategi pengembangan kepariwisataan yang lebih terarah.

Pada laman <https://info5dsp.kemenparekraf.go.id/> dijelaskan bahwa dari ke 50 DPN, terdapat pengembangan destinasi prioritas. Strategi ini merupakan bentuk perwujudan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional tahun 2010-2025 yang diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 50 Tahun 2011. Pada tahun 2015, pemerintah untuk pertama kali mencetuskan pengembangan pariwisata yang lebih terfokus yaitu kepada 10 destinasi wisata prioritas Indonesia di luar Bali. Sepuluh destinasi wisata prioritas di luar Bali itu adalah Borobudur di Jawa Tengah, Mandalika di NTB, Labuan Bajo di NTT, Bromo Tengger Semeru di Jawa Timur, Kepulauan Seribu di Jakarta, Danau Toba di Sumatera Utara, Wakatobi di Sulawesi Utara, Tanjung Lesung di Banten, Morotai di Maluku Utara, dan Tanjung Kelayang di Kepulauan Bangka Belitung.

Dalam rapat terbatas tanggal 15 Oktober 2015 tentang penajaman pembangunan kepariwisataan, disampaikan oleh Presiden Jokowi bahwa tren kenaikan kunjungan wisman ke Indonesia harus menjadi momentum untuk memperkuat pariwisata dan mendatangkan lebih banyak lagi. Untuk itu pemerintah perlu fokus melakukan pembangunan dan revitalisasi pada beberapa destinasi wisata pilihan untuk memperkuat pariwisata Indonesia. Arahan presiden terkait pembangunan destinasi yang lebih terfokus ke 10 destinasi terlebih dahulu ini ditindaklanjuti melalui Surat Sekretariat Kabinet Nomor: B-652/Seskab/Maritim/11/2015 pada tanggal 6 November 2015. Seiring berjalannya waktu, pemerintah mengerucutkan kembali fokus pembangunan ke lima tempat yang kemudian dikenal sebagai 5 Destinasi

Super Prioriytas yaitu Borobudur, Mandalika, Labuan Bajo, Danau Toba dan yang terakhir Likupang, yang ditambahkan dalam daftar pada tahun 2019.

Pada Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 10 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Provinsi Jawa Tengah Tahun 2012–2027, pada Pasal 1 ayat 18 disebutkan bahwa Destinasi Pariwisata Provinsi yang selanjutnya disingkat DPP adalah destinasi pariwisata yang berskala Provinsi Jawa Tengah. Kemudian pada Bab 3 Pasal 8 disebutkan bahwa Perwilayahan Pembangunan DPP sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 huruf a meliputi: a. DPP; b. KSPP; dan c. KPPP.

Dalam Pasal 1 ayat 19 disebutkan bahwa Kawasan Strategis Pariwisata Provinsi yang selanjutnya disingkat KSPP adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata Provinsi Jawa Tengah yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

Kemudian pada ayat 20, Kawasan Pengembangan Pariwisata Provinsi yang selanjutnya disingkat KPPP adalah suatu ruang pariwisata yang mencakup luasan area tertentu sebagai suatu kawasan dengan komponen kepariwisataannya, serta memiliki karakter atau tema produk wisata tertentu yang dominan dan melekat kuat sebagai komponen pencitraan kawasan tersebut.

Dalam Pasal 10 ayat satu disebutkan Perwilayahan Pembangunan DPP terdiri dari:

- a. 6 (enam) DPP tersebar di 35 (tiga puluh lima) Kabupaten/Kota;
- b. 15 (lima belas) KSPP tersebar di 6 (enam) DPP; dan
- c. 18 (delapan belas) KPPP tersebar di 6 (enam) DPP.

Kemudian dilanjut dengan ayat 2 tentang Perwilayahan 6 (enam) DPP sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a terdiri dari:

- a. DPP Nusakambangan–Baturraden dan sekitarnya;
- b. DPP Semarang–Karimunjawa dan sekitarnya;
- c. DPP Solo–Sangiran dan sekitarnya;

- d. DPP Borobudur–Dieng dan sekitarnya;
- e. DPP Tegal–Pekalongan dan sekitarnya; dan
- f. DPP Rembang–Blora dan sekitarnya.

Pada ayat 5 menyebutkan bahwa DPP Solo–Sangiran dan sekitarnya sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf c terdiri dari 2 (dua) KSPP dan 3 (tiga) KPPP, meliputi:

- a. KSPP Sangiran dan sekitarnya;
- b. KSPP Solo Kota dan sekitarnya;
- c. KPPP Cetho–Sukuh dan sekitarnya;
- d. KPPP Wonogiri dan sekitarnya;
- e. KPPP Tawangmangu dan sekitarnya.

## **BAB III**

### **METODE KAJIAN**

#### **3.1. Langkah-Langkah Proses Pelaksanaan Pekerjaan**

Berdasarkan tujuan dan sasaran yang akan dicapai, maka diperlukan langkah-langkah untuk menyelesaikan pekerjaan. Berikut ini adalah rincian dari langkah-langkah penyusunan Monitoring dan Evaluasi Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta:

- Penyusunan dan koordinasi tim kerja
- Penyusunan metodologi dan instrumen survey
- Survey dan pengolahan data
- Analisis dan evaluasi
- Pembuatan Laporan

#### **3.2. Kebutuhan data, survey dan kompilasi data**

Data-data yang dibutuhkan untuk kajian ini adalah:

- Kebijakan pemerintah kota Surakarta terkait pengembangan kepariwisataan
- Kondisi fisik, sosial dan ekonomi Kota Surakarta
- Karakter Objek atau Destinasi Wisata dan sebarannya
- Sarpras penunjang pariwisata
- Kalender even dan penyelenggaraannya
- Data kunjungan wisatawan, hunian hotel dan pendapatan sektor pariwisata.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode survey. Pengumpulan data mengutamakan sumber sekunder, berupa dokumen perencanaan, dokumen statistik numerik, laporan kajian ilmiah, reportasi wartawan, pengalaman/ kesan yang disampaikan oleh para wisatawan maupun sumber informasi kredibel lainnya. Meskipun demikian tidak menutup kemungkinan dilakukan survey primer dengan cara observasi dan wawancara.

Tabel 4 Kebutuhan Data

No	Jenis Data	Sub data	Sumber data	Keterangan
1	Histori Kota Surakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Histori kota dan nilai budaya</li> <li>• Jenis Kebudayaan yang ada di kota Solo</li> </ul>	Disbudpar	
2	Kebijakan pembangunan Kota Surakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RTRW Kota Surakarta,</li> <li>• RPJPD,</li> <li>• RPJMD</li> </ul>	Bappeda Kota Surakarta	Analisa Kebijakan pembangunan terkait pengembangan kepariwisataan
3	Kebijakan perencanaan wilayah Kota Surakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RTRW Kota Surakarta</li> <li>• RDTR Kota Surakarta</li> </ul>	Bappeda Kota Surakarta	Analisa kewilayahan terkait pengembangan kepariwisataan
4	Kebijakan perencanaan Kepariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ripparnas</li> <li>• Ripparprov</li> <li>• Ripparkot Surakarta</li> </ul>	Disbudpar	Analisa kebijakan pengembangan Pariwisata Kota Surakarta
5	Potensi Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PDRB menurut lapangan usaha tahun 2017-2021</li> <li>• Mata pencaharian penduduk</li> <li>• Pusat-pusat kegiatan ekonomi</li> </ul>	BPS	Analisa kewilayahan dan pemetaan sektor ekonomi unggulan
6	Potensi sosial kependudukan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah dan sebaran penduduk</li> <li>• Kepadatan penduduk</li> <li>• Struktur penduduk</li> <li>• Tingkat pendidikan</li> </ul>	BPS	
7	Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jalan</li> <li>• Transportasi</li> <li>• Listrik</li> <li>• Telekomunikasi</li> <li>• Air bersih</li> <li>• Limbah</li> <li>• Drainase</li> </ul>	DPUPR DISHUB	Analisa ketersediaan sarpras kota
8	Supply and demand pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Karakter Objek atau Destinasi Wisata dan sebarannya</li> <li>• Sarpras penunjang pariwisata (transportasi, perbankan)</li> </ul>	Disbudpar Dishub Disperindag	Analisa sediaan pariwisata



No	Jenis Data	Sub data	Sumber data	Keterangan
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kalender even dan penyelenggaraannya</li> <li>• Sebaran hotel/ penginapan</li> <li>• Sebaran convention hall</li> <li>• Sebaran restoran dan usaha jasa catering</li> <li>• Travel agen</li> <li>• Sebaran Kampung Wisata</li> <li>• Lembaga pengelola industri pariwisata</li> <li>• Potensi wisatawan</li> </ul>		
9	Upaya pemasaran Wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kalender event</li> <li>• Bus Wisata</li> <li>• Kereta Wisata</li> <li>• <i>Content creative</i> medsos</li> </ul>	Disbudpar	Analisa upaya pemasaran pariwisata
10	Kinerja pemasaran Wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Data kunjungan wisatawan, hunian hotel</li> <li>• lama tinggal (<i>length of stay</i>)</li> <li>• Pendapatan sektor pariwisata</li> </ul>	Disbudpar BPS	Evaluasi kinerja pemasaran pariwisata

Data-data yang diperoleh dikompilasi secara sistematis, disajikan sedemikian rupa sehingga mudah dipahami maknanya dan dianalisis. Sajian data berupa tabulasi, narasi maupun peta dan gambar-gambar lainnya.

### 3.3. Analisis dan Evaluasi

Analisis yang dilakukan pada kajian ini terutama bertujuan untuk mengevaluasi kinerja pemasaran kepariwisataan. Analisis ini dilakukan secara bertahap, pertama analisis kebijakan baru kemudian evaluasi kinerja kepariwisataan.

Analisis kebijakan pembangunan dan keruangan bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengembangan/ perencanaan kepariwisataan. Analisis ini menggunakan metode analisis konten dengan menemukani substansi kebijakan, strategi, pola ruang dan sarana prasarana terkait pengembangan kepariwisataan pada dokumen perencanaan Kota Surakarta dalam hal ini berupa RPJP, RPJM, RTRW dan Rippar kota Surakarta.

Menurut Wirawan (2016) evaluasi adalah riset untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan informasi yang bermanfaat mengenai objek evaluasi, selanjutnya menilainya dan membandingkannya dengan indikator evaluasi dan hasilnya dipergunakan untuk mengambil keputusan mengenai nilai dan manfaat objek evaluasi tersebut.

Wirawan (2016) mengelompokkan evaluasi program menjadi 4 bagian yang berbeda yaitu:

- a. Evaluasi masukan (*input evaluation*) yaitu mengevaluasi sumber-sumber yang diperlukan untuk melaksanakan suatu program (*man, money, material, technology, method*) tersedia kualitas dan kuantitasnya
- b. Evaluasi proses (*process evaluation*) yaitu meneliti dan menilai apakah intervensi atau layanan program telah dilaksanakan seperti yang direncanakan, dan apakah target populasi yang direncanakan telah dilayani.
- c. Evaluasi manfaat (*outcome, evaluation*) meneliti, menilai, dan menentukan apakah program telah menghasilkan perubahan yang dihasilkan.
- d. Evaluasi akibat (*impact evaluation*) dimana melihat perbedaan yang ditimbulkan sebelum dan setelah adanya program tersebut

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2017 Tentang Pedoman Pemantauan Dan Evaluasi Pelaksanaan Program Dan Kegiatan di Lingkungan Kementerian Pariwisata, Pemantauan diperlukan untuk menjamin tercapainya tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan dalam dokumen perencanaan. Ruang lingkup pemantauan mencakup: realisasi penyerapan dana, realisasi pencapaian target, dan kendala yang dihadapi. Pemantauan dilakukan melalui pengamatan atas perkembangan pelaksanaan, identifikasi permasalahan yang timbul dan antisipasi permasalahan yang mungkin timbul untuk dapat diantisipasi sedini mungkin.

Metode selanjutnya untuk mengevaluasi kinerja kepariwisataan menggunakan metode deskriptif komparatif. Komparasi dilakukan dalam 2 type, yaitu:

- 1) Eksternal Benchmarking
- 2) *Comparative before-after*

### 3.3.1. Metode *Benchmarking*

Pengertian umum *benchmarking* adalah suatu standar atau tolak ukur yang dimanfaatkan untuk membandingkan antara satu hal dengan hal lainnya yang sejenis. Sederhananya, dengan menggunakan tolak ukur tersebut, maka berbagai hal akan bisa diukur dengan standar baku yang umum. Melalui cara ini diharapkan diperoleh informasi tentang bagaimana dan bagian apa saja yang harus di evaluasi dalam upaya meningkatkan performa organisasi, dalam hal ini adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan khususnya Bidang Pemasaran dan Destinasi Wisata.

Berdasarkan subjeknya, *benchmarking* dilakukan secara eksternal (*external benchmarking*), dalam kategori *competitive benchmarking*. Dalam hal ini kinerja kepariwisataan Kota Surakarta dibandingkan dengan kinerja kepariwisataan Kabupaten sekitar (Solo Raya) dan kinerja kepariwisataan level provinsi.

Beberapa komponen yang dibandingkan antara lain:

- a. Keberadaan Kepariwisataan Kota Surakarta dalam pengembangan kepariwisataan skala nasional dan provinsi
- b. Mengkomparasi kinerja pariwisata kota Surakarta level provinsi dan nasional untuk aspek kunjungan wisata dan pendapatan sektor pariwisata
- c. Mengkomparasi sediaan dan kinerja pariwisata kota Surakarta dengan kota/kabupaten lain di lingkup Solo Raya ditinjau dari aspek sediaan ditinjau dari aspek:
  - Potensi wisata (destinasi wisata)
  - Struktur penduduk
  - Sarana prasarana penunjang pariwisata

- kunjungan wisata
- pendapatan sektor pariwisata

### 3.3.2. Metode *Comparative before-after*

Metode *Comparative before-after* merupakan jenis evaluasi yang melakukan pengukuran kondisi atau penilaian terhadap sasaran program pada waktu sebelum dan setelah program berlangsung sehingga informasi yang diperoleh adalah efek program terhadap kelompok sasaran.

Pada tahapan ini dilakukan analisis kecenderungan/trend perkembangan input, proses, output dan outcome kepariwisataan dalam kurun time series 5 tahun (tahun 2017-2021). Rincian aspek yang dianalisis meliputi:

- a. Input, berupa:
  1. Daya tarik/ atraksi masing-masing destinasi wisata baik berupa objek wisata, kampung wisata, sport hall, taman dan sebagainya.
  2. Aksesibilitas atau dukungan transportasi
  3. Amenities (fasilitas penunjang) seperti bank, komunikasi, restoran, dsb.
  4. Akomodasi berupa fasilitas penginapan atau hotel (ditinjau dari jumlah tempat tidur dan fasilitas utama lainnya)
  5. *Ancillary* (kelembagaan)
- b. Proses atau upaya pemasaran pariwisata, berupa:
  1. Event budaya (frekuensi even; lingkup/ jangkauan layanan: lokal, regional, internasional, besaran biaya)
  2. Bus Werkudoro
  3. KA Jaladara
  4. Promosi online
  5. Promosi offline
  6. dll
- c. Output (kinerja pariwisata), berupa:
  1. Jumlah kunjungan wisatawan
  2. Lama tinggal (*Length of Stay*)

- d. Outcome Pariwisata berupa belanja wisatawan diukur dari PDRB sektor pariwisata.

#### **3.4. Rekomendasi**

Trend dari ke empat faktor evaluasi kinerja di atas kemudian di-*overlay*-kan untuk mengetahui gap/kesenjangan yang ada. Gap ini kemudian diidentifikasi faktor penyebabnya dan selanjutnya dijadikan dasar perumusan rekomendasi.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM KOTA SURAKARTA

#### 4.1. Kondisi Fisik Kewilayahan

##### 4.1.1. Geografis dan Administrasi

Secara astronomis Kota Surakarta terletak antara  $110^{\circ} 45' 15''$  dan  $110^{\circ} 45' 35''$  Bujur Timur dan antara  $7^{\circ} 36'$  dan  $7^{\circ} 56'$  Lintang Selatan. Kota Surakarta yang juga sangat dikenal sebagai Kota Solo, merupakan sebuah dataran rendah yang terletak di cekungan lereng pegunungan Lawu dan pegunungan Merapi dengan ketinggian sekitar 92 m di atas permukaan air laut. Sedangkan kemiringan lahan di Kota Surakarta berkisar antara 0-15%. Luas wilayah Kota Surakarta mencapai 44,04 km<sup>2</sup> yang terbagi dalam 5 kecamatan, yaitu; Kecamatan Laweyan, Kec. Serengan, Kec. Pasar Kliwon, Kec. Jebres dan Kec. Banjarsari. Sebagian besar lahannya digunakan untuk permukiman yaitu 65%, sedangkan untuk kegiatan ekonomi sebesar 16% dari seluruh luas lahan. Kota Surakarta dibelah dan dialiri oleh 3 (tiga) buah sungai besar yaitu Bengawan Solo, Kali Jenes, dan Kali Pepe.

Kota Surakarta merupakan salah satu kota besar di Jawa Tengah yang menunjang kota-kota lainnya seperti Semarang, Yogyakarta, dan kabupaten lain di wilayah Subosukawonosraten (Surakarta, Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, dan Klaten). Batas-batas wilayah administrasi Kota Surakarta adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Kabupaten Boyolali dan Karanganyar
- Sebelah Timur : Kabupaten Karanganyar
- Sebelah Selatan : Kabupaten Sukoharjo
- Sebelah Barat : Kabupaten Sukoharjo dan Karanganyar

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kota Surakarta pada “Kota Surakarta dalam Angka 2022” disebutkan bahwa luas total Kota Surakarta mencapai 46,72 km<sup>2</sup>. Secara administratif, Kota

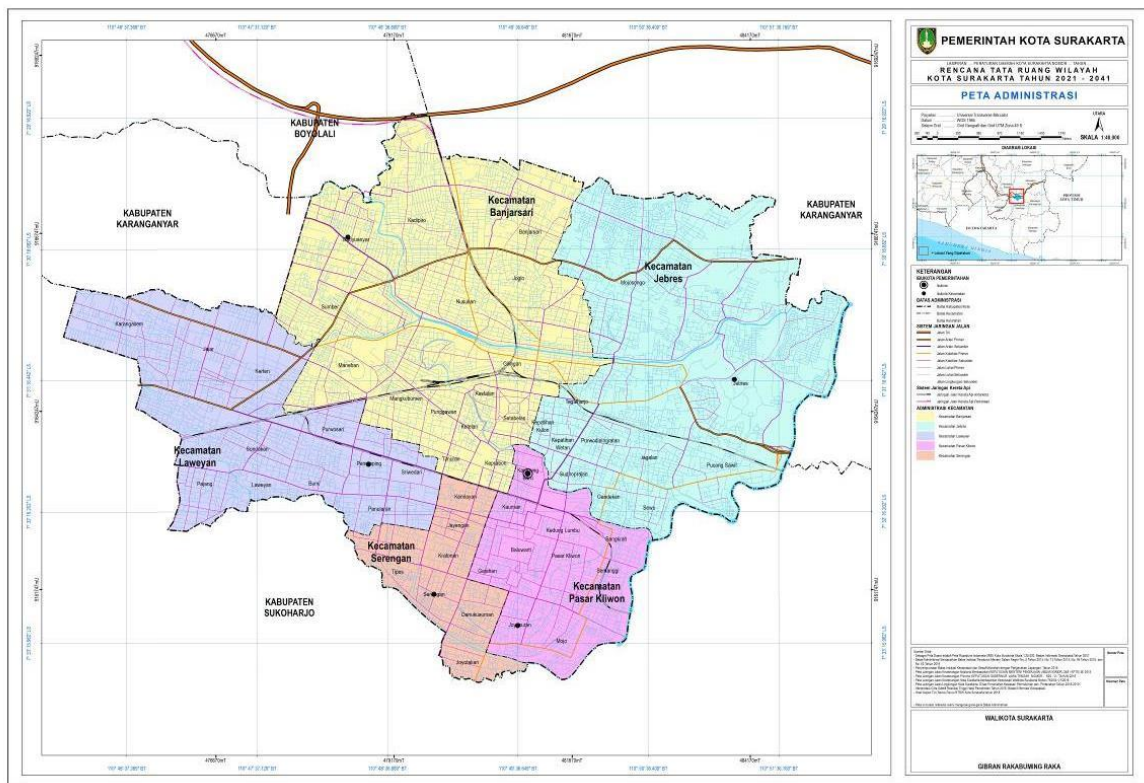


Surakarta terbagi menjadi 5 wilayah administrasi kecamatan, 54 kelurahan, 626 Rukun Warga (RW) dan 2.789 Rukun Tetangga (RT), dengan perincian tercantum pada tabel berikut ini.

Tabel 5 Pembagian Wilayah Administrasi Kota Surakarta

Kecamatan	Kelurahan	Luas Wilayah (km <sup>2</sup> )	RW	RT
Laweyan	11	9,126	101	814
Serengan	7	3,083	77	313
Pasar	10	4,882	101	837
Jebres	11	14,377	113	111
Banjarsari	11	18,41	191	930
<b>Surakarta</b>	<b>45</b>	<b>46,724</b>	<b>626</b>	<b>2872</b>

Sumber : Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta Tahun 2021–2041, SK Wali Kota No. 149.1/30 Tahun 2021 tentang Pengurus Rukun Tetangga Kota Surakarta Masa Bakti 2021–2024, dan SK Wali Kota No. 149.1/31 Tahun 2021 tentang Pengurus Rukun Warga Kota Surakarta Masa Bakti 2021–2024, diolah.



Gambar 5 Peta Administratif Kota Surakarta

Sumber: Perda Nomor 4 Tahun 2021 tentang RTRW Kota Surakarta Tahun 2021–2041

#### 4.1.2. Penggunaan Lahan

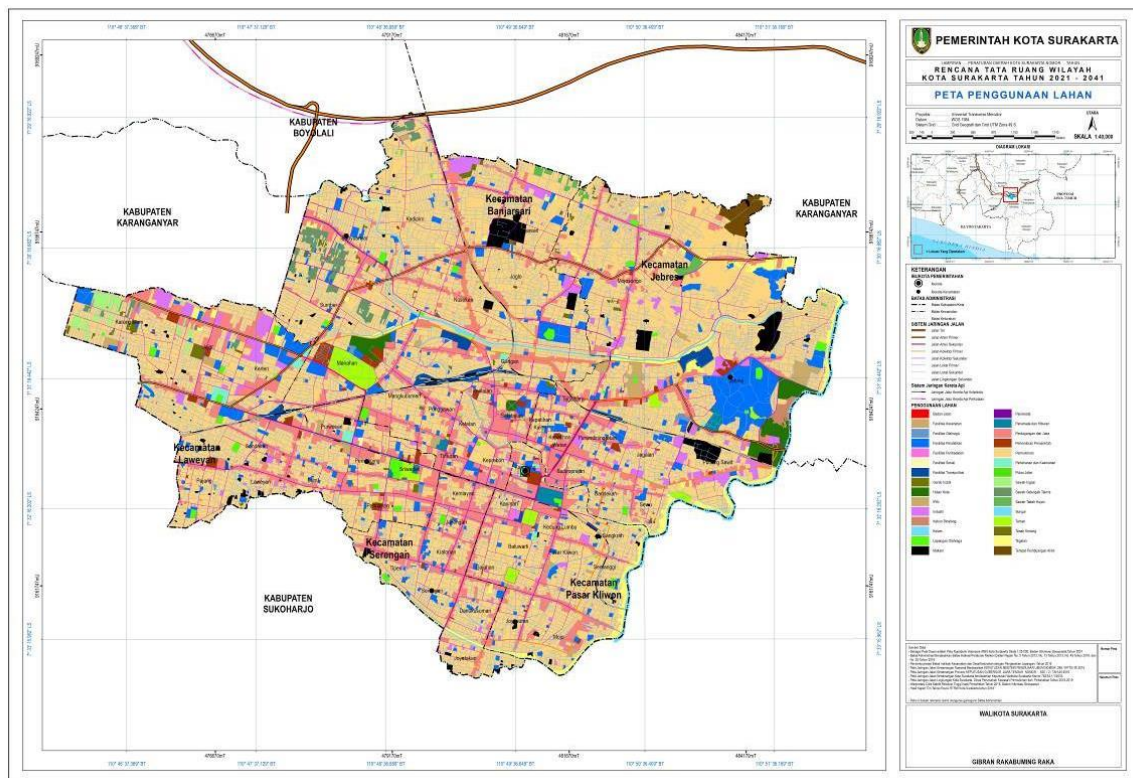
Berdasarkan pemetaan penggunaan lahan pada tahun 2020 diketahui bahwa Pemanfaatan lahan di wilayah Kota Surakarta

sebagian besar lahan digunakan untuk permukiman yaitu luasnya mencapai 2.874,880 ha, untuk perdagangan dan jasa sebesar 724,600 ha, untuk fasilitas pendidikan sebesar 269,670 ha, untuk industri sebesar 99,440 ha, untuk tegalan sebesar 85,080 Ha. Sedangkan penggunaan lahan untuk sawah sebesar 63,37 ha yang terbagi menjadi sawah irigasi sebesar 15,470 ha, sawah setengah teknis sebesar 37,300 ha, sawah tadah hujan sebesar 10,600 ha. Lihat tabel 6.

Tabel 6 Luas Penggunaan Lahan Kota Surakarta Tahun 2020

No	Peruntukan Lahan	Luas (Ha)
1	Perumahan/Permukiman	2874,880
2	Perdagangan dan Jasa	724,600
3	Fasilitas Pendidikan	269,670
4	Industri	99,440
5	Tegalan	85,080
6	Makam	77,570
7	Sungai	66,140
8	Badan Jalan	52,440
9	Taman	50,230
10	Perkantoran Pemerintah	47,270
11	Fasilitas Kesehatan	44,410
12	Hutan Kota	40,190
13	Fasilitas Transportasi	38,070
14	Sawah Setengah Teknis	37,300
15	Lapangan Olahraga	32,960
16	Fasilitas Peribadatan	20,620
17	Tempat Pembuangan Akhir	18,230
18	Tanah Kosong	17,872
19	Pariwisata dan Hiburan	16,800
20	Sawah Irigasi	15,470
21	Pertahanan dan Keamanan	12,860
22	Sawah Tadah Hujan	10,600
23	Kebun Binatang	8,080
24	Fasilitas Olahraga	5,390
25	Gardu Induk	3,360
26	IPAL	1,460
27	Fasilitas Sosial	0,740
28	Pulau Jalan	0,595

Sumber: Perda Nomor 4 Tahun 2021 tentang RTRW Kota Surakarta Tahun 2021-2041



Gambar 6 Penggunaan Lahan Kota Surakarta Tahun 2020  
Sumber: Perda Nomor 4 Tahun 2021 tentang RTRW Kota Surakarta Tahun 2021-2041

#### 4.1.3. Infrastruktur Daerah

Kondisi infrastruktur perkotaan Kota Surakarta sudah banyak yang memadai, banyaknya ragam transportasi yang melintas menggambarkan kondisi infrastruktur Kota Surakarta sudah dapat menjangkau berbagai kalangan dan menunjang berbagai kegiatan masyarakat dalam melakukan perjalanan antar lokasi.

Berdasarkan data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik Kota Surakarta, Kota Surakarta memiliki ragam transportasi umum di antaranya taksi, angkutan umum, serta bus perkotaan. Kemudian, untuk kondisi pada kelistrikan dan air bersih di Kota Surakarta, seluruhnya sudah menjangkau seluruh wilayah Kota Surakarta.

#### 4.2. Demografi

Jumlah penduduk Kota Surakarta pada tahun 2021 sebanyak 522.728 jiwa. Dari jumlah tersebut penduduk berjenis kelamin laki-laki jumlahnya lebih rendah dibandingkan penduduk perempuan.

Jumlah penduduk laki-laki sebanyak 257.171 jiwa, sedangkan penduduk perempuan sejumlah 265.557 jiwa.

Kepadatan penduduk Kota Surakarta pada tahun 2021 sebesar 11.187,52 jiwa/km<sup>2</sup>, menurun jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebesar 11.861,13 jiwa/km<sup>2</sup>. Dilihat dari tren perkembangan jumlah penduduk pada tahun 2017 hingga tahun 2021 terjadi peningkatan setiap tahunnya dengan laju pertumbuhan rata-rata sebesar 0,37%. Namun demikian pertumbuhan penduduk paling kecil yaitu terjadi pada tahun 2021 dengan pertumbuhan hanya sebesar 0,07 %.

Secara rinci jumlah penduduk, laju pertumbuhan penduduk rasio jenis kelamin dan kepadatan penduduk Kota Surakarta dari tahun 2017–2021 bisa dilihat pada tabel berikut berikut.

Tabel 7 Jumlah Penduduk Kota Surakarta Tahun 2017–2021

No	Variabel	2017	2018	2019	2020	2021
1.	Jumlah penduduk	516.102	517.887	519.587	522.364	522.728
	Laki-laki	250.896	251.772	252.832	257.043	257.171
	Perempuan	265.206	266.115	266.755	265.321	265.557
2.	Laju Pertumbuhan %	0,376	0,346	0,33	0,43	0,07
3.	Rasio Jenis kelamin	0,95	0,95	0,97	0,969	0,969
4.	Kepadatan Penduduk (jiwa/km <sup>2</sup> )	11.718,78	11.759,31	11.798,06	11.861,13	11.187,52

Sumber : BPS, Kota Surakarta Dalam Angka, Tahun 2018- 2022. diolah

Persebaran penduduk Kota Surakarta tahun 2021 tertinggi berada di Kecamatan Banjarsari mencapai sebesar 168.873 jiwa, sedangkan kecamatan yang memiliki penduduk terendah adalah Kecamatan Serengan yaitu sebesar 47.853 jiwa. Adapun selama kurun waktu 5 tahun jumlah penduduk tertinggi berada di Kecamatan Banjarsari pada tahun 2021 sebanyak 168.873 dan jumlah terendah berada pada Kecamatan Serengan pada tahun 2017 yaitu sebanyak 45.119. Secara rinci jumlah penduduk per kecamatan bisa dilihat pada tabel 8.



Tabel 8 Jumlah Penduduk Kota Surakarta per Kecamatan Tahun 2017-2021

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk				
		2017	2018	2019	2020	2021
1.	Laweyan	88.947	89.254	89.547	88.524	88.578
2.	Serengan	45.119	45.275	45.424	46.778	47.853
3.	Pasar Kliwon	76.760	77.027	77.280	78.517	78.565
4.	Jebres	142.686	143.180	143.650	138.775	138.859
5.	Banjarsari	162.590	163.151	163.686	168.770	168.873
	<b>Kota Surakarta</b>	<b>516.102</b>	<b>517.887</b>	<b>519.587</b>	<b>551.364</b>	<b>522.728</b>

Sumber : BPS, Kota Surakarta Dalam Angka, Tahun 2018-2022, diolah

Tabel 9. Kepadatan Penduduk Kota Surakarta per Kecamatan Tahun 2017-2021

No	Kecamatan	Kepadatan				
		2017	2018	2019	2020	2021
1.	Laweyan	10.296,5	10.332,0	10.364,24	10.245,8	9705,6
2.	Serengan	14.126,2	14.175,0	14.239,5	14.977,4	15522,2
3.	Pasar Kliwon	15.941,2	15.996,6	16.033,2	16.289,8	16094,0
4.	Jebres	11.340,7	11.379,9	11.418,9	11.031,4	9658,4
5.	Banjarsari	10.977,7	11.015,5	11.052,4	11.395,7	11069,1
	<b>Kota Surakarta</b>	<b>11.718,8</b>	<b>11.759,3</b>	<b>11.798,1</b>	<b>11.861,1</b>	<b>11187,5</b>

Sumber: BPS, Kota Surakarta Dalam Angka, Tahun 2018-2022, diolah

### 4.3. Kondisi Makro Ekonomi Wilayah Kota Surakarta

#### 4.3.1. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Surakarta

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) menjadi salah satu indikator untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu wilayah dalam suatu periode tertentu. Penghitungan PDRB dilakukan atas dasar harga berlaku (harga-harga pada tahun penghitungan) dan atas dasar harga konstan (harga-harga pada tahun yang dijadikan tahun dasar penghitungan) untuk dapat melihat pendapatan yang dihasilkan dari lapangan usaha (sektoral) maupun dari sisi penggunaan.

Nilai PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Kota Surakarta pada tahun 2021 mencapai Rp50.371.564.190.000,00. Secara nominal nilai PDRB ini mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun 2020 sebesar Rp. 47.621.820.530.000,00. Naiknya nilai PDRB disebabkan pemulihan proses produksi hampir diseluruh lapangan

usaha seiring dengan penyesuaian masyarakat pada masa pandemi Covid-19.

Tabel 10 Produk Domestik Regional Bruto Kota Surakarta Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah) Tahun 2016-2021

Kategori	Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020	2021
<b>A</b>	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	204.258	219.182	233.445	243.785,19	253.396,56
<b>B</b>	Pertambangan dan Penggalian	800	822	796	281,6	243,11
<b>C</b>	Industri Pengolahan	3.478.887	3,748.201,87	4.060.311	4.017.388,59	4.362.549,95
<b>D</b>	Pengadaan Listrik dan Gas	82.618	89.448	94.468	95.469,58	105.672,66
<b>E</b>	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	61.413	64.543	68.563	74.921,49	71.493,11
<b>F</b>	Konstruksi	10.967.644	12.059.892	13.011.418	12.878.839,68	13.423.876,09
<b>G</b>	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	9.211.200	9.840.818	10.635.517	10.306.413,83	11.061.382,83
<b>H</b>	Transportasi dan Pergudangan	1.118.657	1.133.737	1.241.376	491.167,78	524.376,11
<b>I</b>	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	2.402.559	2.443.525	2.596.798	2.167.235,46	2.379.346,01
<b>J</b>	Informasi dan Komunikasi	4.553.523	5.182.974	5.764.427	6.929.679,08	7.486.879,25
<b>K</b>	Jasa Keuangan dan Asuransi	1.598.053	1.704.371	1.805.302	1.856.884,85	1.968.240,07
<b>L</b>	Real Estat	1.673.193	1.760.865	1.846.240	1.890.733,35	1.974.896,20
<b>M,N</b>	Jasa Perusahaan	328.368	372.416	414.237	387.892,84	402.026,46
<b>O</b>	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	2.350.648	2.459.806	2.594.387	2.567.427,62	2.574.052,99



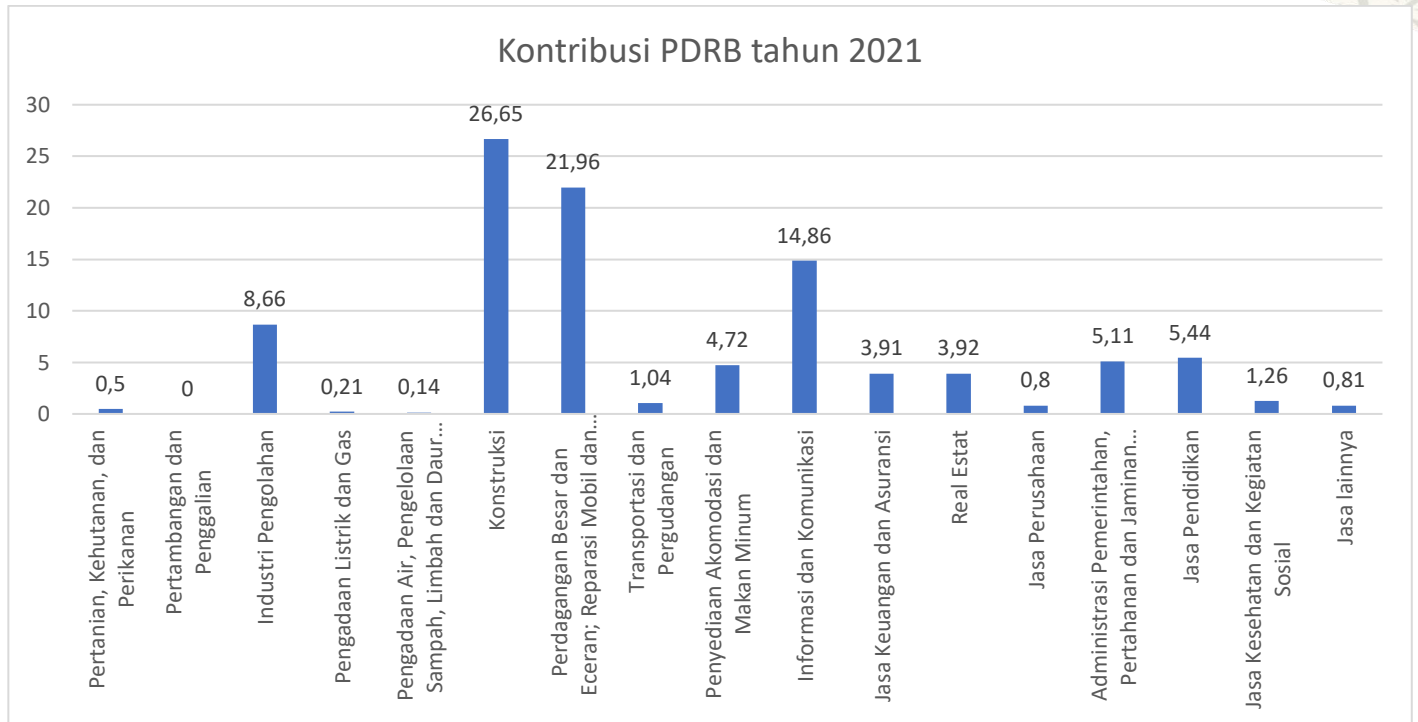
Kategori	Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020	2021
<b>P</b>	Jasa Pendidikan	2.191.776	2.425.954	2.643.711	2.688.467,54	2.740.938,83
<b>Q</b>	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	454.831	499.079	535.373	622.766,87	635.796,69
<b>R,S,T,U</b>	Jasa lainnya	387.713	422.259	456.681	402.465,17	406.397,27
<b>PDRB</b>		41.066.139	44.427.891	48.003.049	47.621.820,53	50.371.564,19

Sumber: BPS Kota Surakarta 2022

Tabel 11 Kontribusi Sektor Produk Domestik Regional Bruto Kota Surakarta Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah), Tahun 2017-2021

Kategori	Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020	2021
<b>A</b>	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	0,50	0,49	0,49	0,51	<b>0,50</b>
<b>B</b>	Pertambangan dan Penggalian	0,00	0,00	0,00	0,00	<b>0,00</b>
<b>C</b>	Industri Pengolahan	8,52	8,45	8,46	8,44	<b>8,66</b>
<b>D</b>	Pengadaan Listrik dan Gas	0,20	0,20	0,20	0,20	<b>0,21</b>
<b>E</b>	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,15	0,15	0,14	0,16	<b>0,14</b>
<b>F</b>	Konstruksi	26,78	27,14	27,10	27,04	<b>26,65</b>
<b>G</b>	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	22,35	22,15	22,16	21,64	<b>21,96</b>
<b>H</b>	Transportasi dan Pergudangan	2,59	2,55	2,59	1,03	<b>1,04</b>
<b>I</b>	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	5,66	5,49	5,41	4,55	<b>4,72</b>
<b>J</b>	Informasi dan Komunikasi	11,27	11,67	12,01	14,55	<b>14,86</b>
<b>K</b>	Jasa Keuangan dan Asuransi	3,88	3,84	3,76	3,90	<b>3,91</b>
<b>L</b>	Real Estat	4,08	3,96	3,85	3,97	<b>3,92</b>
<b>M,N</b>	Jasa Perusahaan	0,81	0,84	0,86	0,81	<b>0,80</b>
<b>O</b>	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	5,73	5,54	5,41	5,39	<b>5,11</b>
<b>P</b>	Jasa Pendidikan	5,43	5,46	5,51	5,65	<b>5,44</b>
<b>Q</b>	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	1,11	1,12	1,12	1,31	<b>1,26</b>
<b>R,S,T,U</b>	Jasa lainnya	0,95	0,95	0,95	0,85	<b>0,81</b>
<b>Produk Domestik Regional Bruto</b>		<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: BPS Kota Surakarta 2022



Gambar 7 Kontribusi PDRB tahun 2021

Berdasarkan harga konstan 2010, angka PDRB juga mengalami peningkatan dari Rp. 34.815.965.320.000,00 pada tahun 2020 menjadi Rp. 36.211.248.260.000,00 pada tahun 2021. Hal ini menunjukkan selama tahun 2021 kota Surakarta mengalami peningkatan pertumbuhan ekonomi sekitar 4,01%, berbeda dengan tahun sebelumnya yang mengalami kontraksi yang signifikan.

Tabel 12 Produk Domestik Regional Bruto Kota Surakarta Atas Dasar Harga Konstan Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah) Tahun 2017 - 2021

Kategori	Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020	2021
<b>A</b>	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	136.489,99	141.975,97	146.185,36	149.001,94	<b>152.191,74</b>
<b>B</b>	Pertambangan dan Penggalian	530,74	200,92	185,49	174,08	<b>148,36</b>
<b>C</b>	Industri Pengolahan	2.450.405,47	2.556.984,70	2.707.251,45	2.598.563,54	<b>2.757.755,01</b>
<b>D</b>	Pengadaan Listrik dan Gas	72.109,52	75.706,00	79.648,25	80.914,24	<b>86.460,08</b>
<b>E</b>	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	53.518,10	56.315,73	58.986,31	60.886,07	<b>58.270,83</b>
<b>F</b>	Konstruksi	8.255.938,75	8.688.085,26	9.088.768,34	8.909.743,46	<b>8.971.026,3</b>
<b>G</b>	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	7.415.193,59	7.800.993,15	8.205.089,06	7.779.824,28	<b>8.227.240,68</b>
<b>H</b>	Transportasi dan Pergudangan	908.893,25	960.615,10	1.030.897,73	386.201,81	<b>399.568,57</b>

Kategori	Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020	2021
<b>I</b>	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	16.053.085,59	1.672.613,64	1.759.781,79	1.474.706,35	<b>1.599.051,16</b>
<b>J</b>	Informasi dan Komunikasi	4.302.733,75	4.897.768,51	5.393.512,8	6.455.883,9	<b>6.951.672,3</b>
<b>K</b>	Jasa Keuangan dan Asuransi	1.091.006,81	1.131.379,74	1.181.579,42	1.206.749,40	<b>1.234.323,51</b>
<b>L</b>	Real Estat	1.397.574,02	1.433.835,71	1.476.560,66	1.482.893,04	<b>1.533.565,9</b>
<b>M,N</b>	Jasa Perusahaan	233.751,42	256.239,26	280.665,53	256.718,39	<b>262.333,82</b>
<b>O</b>	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	1.682.112,54	1.732.862,82	1.800.423,00	1.761.678,74	<b>1.758.276,59</b>
<b>P</b>	Jasa Pendidikan	1.326.726,85	1.411.139,38	1.495.586,53	1.481.236,98	<b>1.483.178,6</b>
<b>Q</b>	Jasa Kesehatan dan Kegiatan	326.332,40	357.001,84	379.101,04	425.010,18	<b>430.202,70</b>
<b>R,S,T,U</b>	Jasa lainnya	308.354,68	332.182,93	356.884,83	305.778,92	<b>305.981,96</b>
<b>PDRB</b>		<b>31.562.980,</b>	<b>33.505.900,6</b>	<b>35.441.107,</b>	<b>34.815.965,</b>	<b>36.211.248,</b>

Sumber: BPS Kota Surakarta 2022

Peranan terbesar dalam pembentukan PDRB Kota Surakarta pada tahun 2021 dihasilkan oleh lapangan usaha konstruksi yaitu mencapai 26,65% (mengalami penurunan 27,04% di tahun 2020). Selanjutnya, lapangan usaha Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebesar 21,96% (naik dari 21,64 persen di tahun 2020) disusul oleh lapangan usaha Informasi dan Komunikasi sebesar 14,86% (naik dari 14,55% di tahun 2020). Kontribusi kategori industri pengolahan sebesar 8,66% (naik dari 8,44 persen di tahun 2020). Berikutnya lapangan usaha jasa pendidikan sebesar 5,44% (turun dari 5,65% di tahun 2020).

Diantara kelima lapangan usaha tersebut, kelompok kategori industri pengolahan, perdagangan besar dan eceran, serta informasi dan komunikasi adalah kategori yang mengalami peningkatan peranan. Sebaliknya jasa Pendidikan dan konstruksi peranannya berangsur-angsur menurun.

Tiga Sektor penyumbang terbesar adalah lapangan usaha konstruksi yaitu mencapai Rp. 13.423.876.090.000,00. Selanjutnya, lapangan usaha Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor sebesar Rp. 11.061.382.830.000,00 diikuti oleh lapangan usaha Informasi dan Komunikasi sebesar Rp.

8.486.879.250.000,00. Salah satu sektor yang menyumbang PDRB Atas Dasar Harga Berlaku terendah tahun 2021 yaitu peranan Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan sebesar Rp. 253.396.560.000,00. Salah satu penyebab utama adalah adalah berkurangnya luas lahan pada lapangan usaha tersebut.

#### 4.3.2. Pertumbuhan Ekonomi

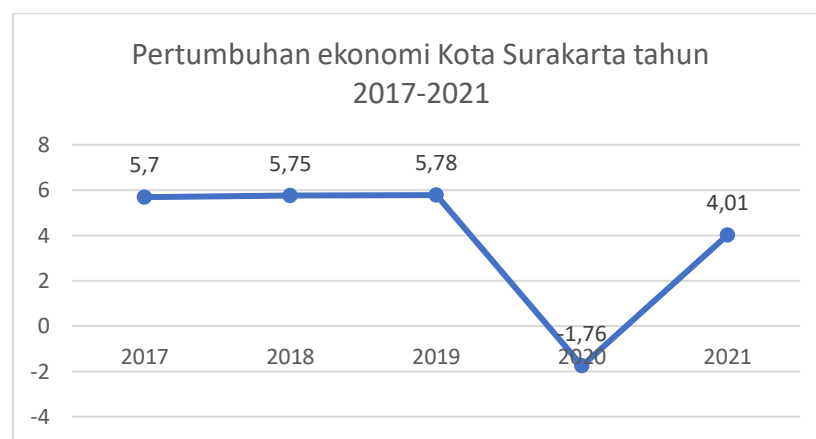
Pertumbuhan ekonomi Kota Surakarta pada tahun 2017 hingga tahun 2019 selalu mengalami tren meningkat, kecuali pada tahun 2020 yang mengalami kontraksi akibat pandemi Covid-19 menjadi sebesar -1,74%. Kondisi ini selaras dengan nasional namun berbeda dengan Provinsi Jawa tengah yang perkembangannya bergerak fluktuatif. Namun pada tahun 2021 terjadi percepatan pertumbuhan ekonomi di Kota Surakarta sebesar 4,01%. Kontraksi ekonomi pada tahun 2020 dan peningkatan pertumbuhan ekonomi tahun 2021 murni disebabkan oleh meningkatnya produksi hampir diseluruh lapangan usaha tanpa dipengaruhi inflasi.

Tabel 13 Pertumbuhan Ekonomi Kota Surakarta  
Tahun 2017-2021

Kategori	Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020	2021
<b>A</b>	Pertanian, Kehutanan, dan	3,84	4,02	2,96	1,93	<b>2,14</b>
<b>B</b>	Pertambangan dan Penggalan	-0,39	-62,14	-7,68	-6,15	<b>-14,77</b>
<b>C</b>	Industri Pengolahan	4,34	4,35	5,88	-4,01	<b>6,13</b>
<b>D</b>	Pengadaan Listrik dan Gas	4,27	4,99	5,21	1,59	<b>6,85</b>
<b>E</b>	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	6,28	4,64	4,74	3,22	<b>-4,30</b>
<b>F</b>	Konstruksi	5,19	5,01	4,61	-1,97	<b>0,69</b>
<b>G</b>	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	5,69	4,95	5,18	-5,18	<b>5,75</b>
<b>H</b>	Transportasi dan Pergudangan	5,70	5,69	7,32	-62,54	<b>3,46</b>
<b>I</b>	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	4,41	4,16	5,21	-16,20	<b>8,43</b>
<b>J</b>	Informasi dan Komunikasi	10,56	12,11	10,12	19,70	<b>7,68</b>
<b>K</b>	Jasa Keuangan dan Asuransi	5,03	3,35	4,44	2,13	<b>2,28</b>

Kategori	Lapangan Usaha	2017	2018	2019	2020	2021
<b>L</b>	Real Estat	5,16	2,54	2,98	0,43	<b>3,42</b>
<b>M,N</b>	Jasa Perusahaan	4,46	9,06	9,53	-8,53	<b>2,19</b>
<b>O</b>	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan	1,24	3,02	3,90	-2,15	<b>-0,19</b>
<b>P</b>	Jasa Pendidikan	4,72	5,80	5,98	-0,96	<b>0,13</b>
<b>Q</b>	Jasa Kesehatan dan Kegiatan	7,29	8,78	6,19	12,11	<b>1,22</b>
<b>R,S,T,U</b>	Jasa lainnya	7,01	7,12	7,44	-14,32	<b>0,07</b>
<b>PDRB</b>		<b>5,70</b>	<b>5,75</b>	<b>5,78</b>	<b>-1,76</b>	<b>4,01</b>

Sumber: BPS Kota Surakarta 2022



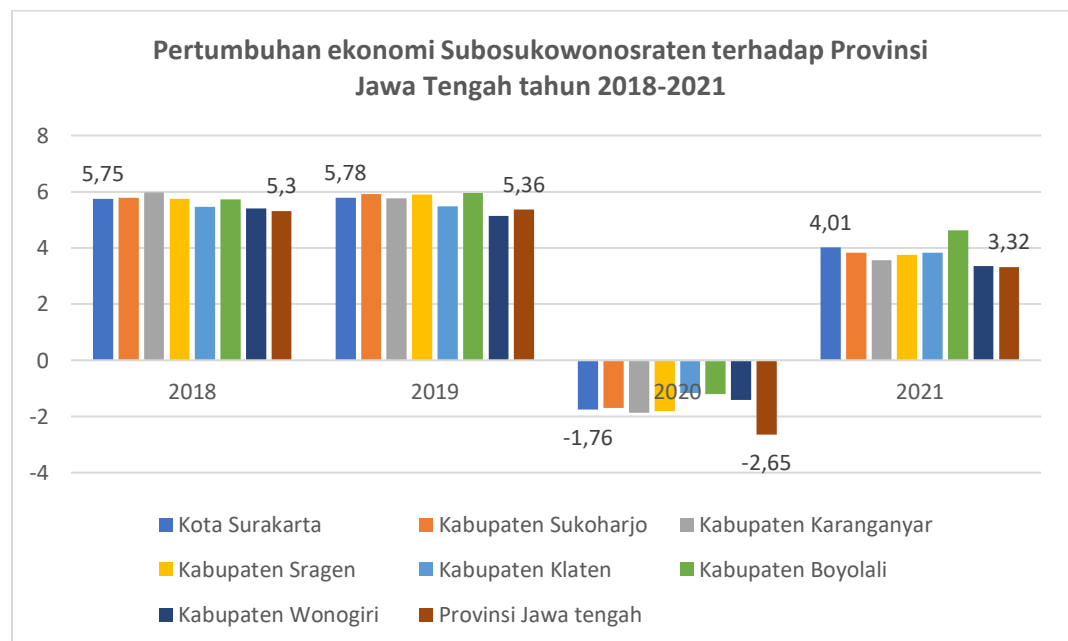
Gambar 8 Pertumbuhan ekonomi Kota Surakarta tahun 2017-2021

Meningkatnya pertumbuhan ekonomi selama 2021 sebesar 4,01% disebabkan adanya pemulihan ekonomi sejak adanya pandemi Covid -19 yang berpengaruh di seluruh lapangan usaha. Investasi pembangunan proyek infrastruktur seperti perbaikan jalan terutama jalan layang, perbaikan saluran irigasi maupun jalan raya dan pembangunan Gedung baik berupa hotel maupun rumah sakit tetap berjalan. Ekspor luar negeri yang utamanya ekspor ke China, Jerman, Amerika Serikat dan Jepang serta negara-negara di Kawasan ASEAN lainnya masih tetap berjalan. Tiga negara utama tujuan ekspor di Kawasan ASEAN adalah Singapura, Malaysia, dan Thailand.

Pertumbuhan ekonomi tertinggi adalah lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makanan minum yaitu sebesar 8,43%.

Salah satu penyebabnya adalah sudah adanya kelonggaran aktivitas masyarakat dimasa pemulihan ekonomi. Terlebih di tahun 2021 hampir diseluruh lini kegiatan sudah mulai dilakukan secara offline, baik kegiatan pemerintahan maupun swasta. Kegiatan rapat dan event-event sudah diperbolehkan diselenggarakan hotel. Event-event baik nasional, internasional maupun daerah juga meningkatkan tingkat hunian hotel seperti pertandingan Liga Indonesia dan haul Habib Syekh, dan pada tahun 2022 event internasional juga dilaksanakan di Kota Surakarta yaitu sebagai tuan rumah penyelenggaraan ASEAN Paragames ke-11.

Jika dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi Kabupaten lain di Subosukawonosraten pada tahun 2021, pertumbuhan ekonomi Kota Surakarta menempati posisi kedua tertinggi setelah Kabupaten Boyolali. Sedangkan bila dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi di Provinsi Jawa Tengah sebesar 3,32%, pertumbuhan ekonomi Kota Surakarta lebih tinggi. Selengkapnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 9 Pertumbuhan Ekonomi di Subosukawonosraten terhadap Provinsi Jawa Tengah pada Tahun 2018-2021



## BAB V

### KEPARIWISATAAN KOTA SURAKARTA

#### 5.1. Histori Kota Surakarta

Kota Surakarta memiliki histori yang panjang, sehingga memiliki daya tarik tersendiri sebagai destinasi wisata sejarah. Seiring perkembangan agama Islam di Jawa, pada abad 15 Surakarta menjadi pusat Kerajaan Islam di Jawa (Kerajaan Pajang ) setelah kerajaan Demak runtuh. Pada periode berikutnya pusat Kerajaan Islam di Jawa (dikenal sebagai Mataram Islam) dipindah ke Kota Gedhe, pindah ke Pleret dan kemudian dipindah ke Kerto Yogyakarta. Adanya dinamika kekuasaan, pusat kraton kemudian dipindah lagi ke Kartasura dan sekitar tahun 1742 ibukota dipindah ke Desa Sala.

Kota Surakarta atau yang dapat disebut juga dengan Kota Solo yang berasal dari kata 'Sala', yaitu sebuah desa kecil yang berjarak ±10 km dari Kartasura. Pada masa kepemimpinan Pakubuwono II, kerajaan Mataram melakukan perlawanan terhadap Belanda, namun akhirnya Belanda menduduki Kartasura. Sehingga, Pakubuwono mencari tempat yang lebih aman untuk penduduknya. Setelah mempertimbangkan faktor fisik dan non-fisik akhirnya terpilihlah suatu desa di tepi Sungai Bengawan yang bernama desa Sala (1746 Masehi atau 1671 Jawa). Sejak saat itu desa Sala berubah menjadi Surakarta Hadiningrat dan terus berkembang pesat.

Kota Surakarta pada mulanya adalah wilayah kerajaan Mataram. Kota ini bahkan pernah menjadi pusat pemerintahan Mataram. Karena adanya Perjanjian Giyanti (13 Februari 1755) menyebabkan Mataram Islam terpecah karena propaganda kolonialisme Belanda. Kemudian terjadi pemecahan pusat pemerintahan menjadi dua yaitu pusat pemerintahan di Surakarta dan Yogyakarta. Pada tahun 1742, orang-orang Tionghoa memberontak dan melawan kekuasaan Pakubuwana II yang bertahta di Kartasura sehingga Keraton Kartasura hancur dan Pakubuwana II menyingkir ke Ponorogo, Jawa Timur. Dengan Bantuan VOC pemberontakan tersebut berhasil ditumpas dan Kartasura berhasil direbut kembali. Sebagai ganti ibukota kerajaan yang telah hancur maka didirikanlah Keraton baru di Surakarta 20 km ke arah selatan

timur dari Kartasura pada 18 Februari 1745. Peristiwa ini kemudian dianggap sebagai titik awal didirikannya kraton Kasunanan Surakarta.

Pemberian nama Surakarta Hadiningrat mengikuti naluri leluhur, bahwa Kerajaan Mataram yang berpusat di Karta, kemudian ke Pleret, lalu pindah ke Wanakarta, yang kemudian diubah namanya menjadi Kartasura. Surakarta Hadiningrat berarti harapan akan terciptanya negara yang tata tentrem karta raharja (teratur tertib aman dan damai), serta harus disertai dengan tekad dan keberanian menghadapi segala rintangan yang menghadang (sura) untuk mewujudkan kehidupan dunia yang indah (Hadiningrat). Dengan demikian, kata “Karta” dimunculkan kembali sebagai wujud permohonan berkah dari para leluhur pendahulu dan pendirian kerajaan Mataram.

Sejarah nama kota Solo sendiri dikarenakan daerah ini dahulu banyak ditumbuhi tanaman pohon Sala (sejenis pohon pinus) seperti yang tertulis dalam serat Babad Sengkala yang disimpan di Sana Budaya Yogyakarta. Sala berasal dari bahasa Jawa asli (lafal bahasa jawa : Solo) Pada akhirnya orang-orang mengenalnya dengan nama Kota Solo.

Kota Solo memiliki keunikan dalam dunia pariwisata, terutama pariwisata di Indonesia. Kota Solo memiliki keanekaragaman sejarah dan budaya dan tradisi Jawa yang sangat kental, karenanya Kota Solo banyak sekali dikunjungi oleh berbagai wisatawan mulai dari wisatawan lokal hingga mancanegara. Berbagai identitas budaya ditampilkan dan diarsipkan di berbagai tempat, seperti Keraton Surakarta, Museum Radya Pustaka yang menjadi museum tertua di Indonesia, Pura Mangkunegaran, Istana Mangkunegaran, Taman Balekambang, Taman Banjarsari, Monumen Pers Nasional, hingga nilai kultural yang masih dilakukan oleh beberapa kalangan masyarakat dalam prosesi pernikahan dengan adat Jawa-Surakarta.

Kota Surakarta yang juga memiliki slogan ‘The Spirit of Java’ yang berarti jiwanya Jawa. Kota yang dilintasi Sungai Bengawan Solo ini lekat citranya sebagai pusat budaya Jawa yang hingga kini masih bertahan, terutanya batiknya. Oleh karena itu, berbagai potensi budaya yang sangat kental dan tidak ditemukan di daerah lainnya, serta keunikan dari tiap aspek budayanya menjadikan Kota Solo menjadi salah satu kota budaya.

## 5.2. Destinasi Wisata di Kota Surakarta

Surakarta atau lebih sering disebut dengan Kota Solo ini memiliki banyak kawasan dengan situs bangunan tua bersejarah, ditambah dengan warna arsitektur dan latar belakang sosiologinya masing-masing. Keberadaan kampung-kampung dagang yang didukung oleh pasar dengan berbagai komoditi, menempatkan Kota Solo sebagai kota pusat bisnis dan perdagangan. Adanya kantong-kantong kegiatan kesenian ditambah berbagai ritual upacara yang dilaksanakan Keraton Kasunan maupun Mangkunegaran menjadikan Kota Solo menyandang predikat sebagai kota budaya sekaligus daerah tujuan wisata. Warisan budaya lokal yang meliputi kemegahan budaya dan sejarah kerajaan membuat wisatawan baik domestik maupun mancanegar. Keraton Surakarta dan Pura Mangkunegaran dijadikan perwakilan budaya jawa untuk terus dilestarikan demi kelangsungan warisan dari masa lalu dan sejarah. Beberapa potensi destinasi pariwisata di Kota Surakarta dapat dilihat pada uraian di bawah ini.

### 5.2.1. Wisata Budaya

Citra sebagai kota budaya sudah melekat cukup lama pada Kota Surakarta. Citra ini tidak terlepas dari keberadaan dua lembaga adat budaya Jawa yang hingga kini masih bertahan, yakni Keraton Kasunan Surakarta dan Pura Mangkunegaran. Perkembangan pelestarian kebudayaan di Kota Surakarta semakin meningkat.

Hal ini juga menjadi nilai tambah bagi pemerintah kota dalam menerapkan realisasi dari visi dan misi Kota Surakarta, dengan menerapkan berbagai slogan sebagai ajang citra wilayah Kota Surakarta antara lain *Solo Tempo Dulu*, *Solo Kotaku*, *Jawa Budayaku*, *Solo The Spirit of Java* sehingga nama Kota Surakarta semakin terkenal. Berikut adalah potensi Budaya yang ada di Kota Surakarta:

#### 1. Daya Tarik Wisata Budaya Kota Surakarta

Kota Surakarta menyuguhkan beragam wisata budaya yang dapat ditemui wisatawan. Wisata budaya yang dapat dikunjungi di Kota Surakarta Wayang Orang Sriwedari, Ketoprak, Kirab Pusaka 1 Suro, Grebeg Sudiro, Grebeg Maulud, dan event budaya lainnya. Semua

wisata budaya yang dapat dijumpai di Kota Surakarta tersebut dipelihara dan dijaga oleh masyarakat sebagai warisan budaya yang dimiliki Kota Surakarta Berikut adalah beberapa potensi wisata budaya di Kota Surakarta:

**a. Wayang Orang**

Wayang yang muncul di abad XVIII merupakan bagian dari drama yang telah dikembangkan di Eropa, diciptakan KGPAA Mangkunegoro I di Solo. Pada saat Paku Buwono X membangun Taman Sriwedari sebagai taman hiburan untuk umum dan meresmikannya di tahun 1899, diadakan pertunjukan wayang orang yang kemudian tetap hidup hingga saat ini. Saat ini wayang orang sering digelar pada hari Selasa-Sabtu pukul 19.30 wib di Gedung Wayang Orang Sriwedari.

**b. Wayang Kulit**

Tokoh-tokoh wayang kulit berasal dari kisah klasik Ramayana dan Mahabarata yang mencerminkan kehidupan manusia. Kemampuan dalang yang paling berperan, terutama ketika memainkan penokohan wayang dibalik tabir yang memunculkan bayang-bayang wayang, kemudian diiringi dengan musik gamelan Jawa. Balutan suara sinden semakin menyempurnakan pertunjukan. Pengaturan seperti ini menghasilkan sebuah pertunjukan mahakarya seni.

**c. Wayang bocah**

Meningkatnya berbagai macam pertunjukan kesenian di Surakarta belum lengkap bila belum melihat pertunjukan wayang bocah. Tidak seperti pemain wayang biasanya yang sudah dewasa, wayang ini dimainkan oleh anak-anak atau dalam bahasa Jawa disebut *bocah*. Bahkan selain melihat pertunjukannya, juga dapat melihat latihannya dengan mengunjungi Sanggar Tari Wayang Bocah Soeryo Sumirat di Pura Mangkunegaran atau Meta Budaya di Kampung Baluwarti. Pada tahun 2021, Festival Wayang Bocah

diselenggarakan pada 7-8 November 2021 pukul 08.00 wib dan berlokasi di Gedung Wayang Orang Sriwedari.

#### **d. Ketoprak Balekambang**

Ketoprak Balekambang sudah ada sejak tahun 1950. Namun, gedungnya baru dibangun di tahun 1977. Dulu pertunjukan ini dinamakan 'Tobong' atau panggung darurat karena tempatnya selalu berpindah-pindah. Pada tahun 1989 diputuskan untuk mengadakan pertunjukan tetap di sebuah gedung yang tak terpakai. Hingga kini jumlah anggota komunitas Ketoprak Tobong kurang lebih 70 orang. Kelompok ketoprak humor Srimulat juga lahir di sini, termasuk pelawak-pelawak terkenal seperti Gepeng, Timbul, Basuki, dan masih banyak lagi. Dulu hampir setiap malam ketoprak ini mengadakan pertunjukan, tetapi pada tahun 2021 dilaksanakan setiap seminggu sekali di Gedung Kesenian Kethoprak Balekambang.

#### **e. Berdirinya Grup Tari Soeryo Sumirat**

Berawal dari pemikiran Gusti Pangeran Harya Herwasta Kusumo, adik kandung Sri Paduka Mangkunegaran IX. Beliau bersama rekan-rekan yang tertarik akan seni tari membentuk sebuah grup tari, tepatnya pada Jumat 2 Oktober 1982 dengan Condro Sengkolo, *Astaning Taksaka Gapuraning Radityo* di Pura Mangkunegaran. Grup Imo berdiri atas restu almarhum KGPAA Mangkunegoro VIII. Grup tari ini masih eksis sampai sekarang dan telah menghasilkan banyak para penari yang handal.

## **2. Kampung Kauman menjadi Ikon Potensi Budaya**

Terdapat 3 kampung wisata yang ada di Kota Surakarta, diantaranya: a. Kampung Wisata Baluwarti; b. Kampung Batik Kauman; dan c. Kampung Batik Laweyan

Berbicara tentang potensi budaya, tidak dapat terlepas dari potensi kampung yang menjadi bagian dari Kota Surakarta. Terdapat dua kampung yang menjadi ikon potensi budaya, yaitu Kampung Batik Kauman dan Kampung Wisata Baluwarti. Potensi budaya terlihat pada

Kampung Batik Laweyan di mana batik masuk ke dalam bagian dari warisan budaya Indonesia.

Di Pulau Jawa, terdapat beberapa kawasan Kampung Kauman, di antaranya berada di Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta. *Setting* Kampung Kauman di Jawa mempunyai bentuk yang hampir sama, seperti bentuk alun-alun dengan dikelilingi masjid atau keraton. Selain itu, Kampung Kauman yang ada di Indonesia memiliki ciri khas sebagai kampung santri dan kampung dekat sejarah keagamaan yang kuat (Darban, 1984).

Kauman di Surakarta memiliki keterkaitan dengan Keraton Kasunan Surakarta. Kampung Kauman berdiri bersamaan dengan Masjid Ageng Surakarta pada tahun 1757 oleh Pakubuwana II. Kampung Kauman awalnya juga diperuntukkan sebagai tempat tinggal *abdi dalem*. Selain ras Jawa, terdapat berbagai etnis lain yang mendiami wilayah tersebut, seperti etnis Tionghoa, etnis Arab, serta etnik Madura (Wijaya & Isawati, 2016).

Kauman merupakan tempat ulama yang terdiri dari beberapa lapisan masyarakat mulai dari penghulu *tafsiranom*, *ketip*, *modin*, *suronoto*, dan kaum. Keberadaan kaum sebagai penduduk mayoritas di kawasan inilah yang menjadi dasar pemilihan nama Kauman. Masyarakat kaum (*abdi dalem*) mendapatkan latihan secara khusus dari kasunanan untuk membuat batik baik berupa jarik atau selendang, dan sebagainya.

Dengan kata lain, tradisi batik kauman mewarisi secara langsung inspirasi membatik dari dalam Keraton Kasunanan Surakarta Hadiningrat. Berdasarkan bekal keahlian yang diberikan tersebut masyarakat Kauman dapat menghasilkan karya batik yang langsung berhubungan dengan motif-motif batik yang sering dipakai oleh keluarga keraton.

Dalam perkembangannya, seni batik yang ada di Kampung Kauman dapat dibedakan menjadi tiga bentuk, yaitu batik klasik motif pakem (batik tulis), batik murni cap, dan model kombinasi antara tulis dan cap.



Batik tulis bermotif pakem yang paling banyak dipengaruhi oleh seni batik Keraton Kasunanan yang merupakan produk unggulan Kampung Batik Kauman.

Di samping produk batik, Kampung Kauman juga dilingkupi suasana situs-situs bangunan bersejarah berupa bangunan rumah joglo, limasan, kolonial, dan perpaduan arsitektur Jawa dan kolonial.

Kampung Kauman adalah kampung yang berada pada kompleks Keraton Kasunanan Hadiningrat, di mana dahulu merupakan kawasan para santri. Kawasan tersebut terdapat Masjid Ageng sebagai *landmark* (ciri khas) di mana daerah sekitar keraton merupakan area kegiatan wisata, sehingga mengarah pada Kampung Kauman yang juga sebagai kegiatan wisata dan cendera mata.

Kebijakan Keraton Surakarta menjadikan area keraton sebagai daerah *nonvehicle* atau *zero position* dengan tujuan mengembalikan kawasan keraton sebagai fungsi utamanya, yaitu sebagai area sakral dari Keraton Surakarta Hadiningrat. Sementara untuk fungsi pendukung sebagai area wisata budaya, sebatas tidak mengganggu fungsi utamanya.

### **3. Kampung Baluwarti Potensi Wisata Budaya Baru**

Selain Kampung Batik Kauman, terdapat Kampung Baluwarti yang kini sedang ramai dibicarakan sebagai potensi wisata budaya. Awal pembentukan Kampung Baluwarti bersamaan dengan berdirinya Keraton Kasunanan Surakarta. Menjadi bagian dari kawasan keraton, lingkungan Baluwarti merupakan pemukiman yang sengaja dibuat untuk mendukung keberadaan keraton, sekaligus menjadi area pertahanan.

Oleh karena itu, keberadaan pemukiman di Baluwarti merupakan bagian dari satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan dengan Keraton Kasunanan Surakarta (Soeratman, 1989).

Kampung Baluwarti menjadi unik karena lingkungan rumah penduduknya berada di dalam tembok keraton dengan ukuran ketebalan 2 meter dan tinggi 6 meter, serta hampir semua bentuk

bangunannya bercirikan arsitektur tradisional khas Baluwarti yang dipengaruhi arsitektur Jawa, Cina, dan Eropa dengan pola ruang yang khas.

Selain arsitekturnya, Kampung Baluwarti juga masih memegang teguh dalam hal adat istiadat, kebiasaan, tata cara, dan budaya masyarakatnya. Lingkungan perumahan Kampung Baluwarti terdapat *regol* yang khas dengan tembok pembatas pekarangan. Dengan adanya tembok ini seolah-olah menyembunyikan rumah-rumah di dalamnya, menghalangi pandangan keluar bagi penghuninya.

Kekhasan ini yang menjadikan lingkungan perumahan yang berada di Baluwarti masuk dalam kawasan cagar budaya yang ada di Kota Surakarta, dan sekaligus merupakan peninggalan yang bernilai sejarah.

Kampung Wisata Baluwarti Surakarta telah dikenal oleh wisatawan karena letaknya yang berada di area Keraton Kasunanan Surakarta. Kampung Wisata Baluwarti menawarkan pengalaman baru, hidup menyatu dengan budaya keraton, belajar dan berproses, merasakan dan terlibat dalam aktivitas masyarakat setempat, dalam artian bahwa wisatawan tidak hanya melihat begitu saja atraksi budaya, tetapi dapat hidup di dalamnya.

Wisatawan dapat merasakan dan menikmati secara utuh sosial budaya di Kampung Wisata Baluwarti tersebut. Atraksi yang ditawarkan berupa perjalanan melihat suasana keseharian, belajar menari, menikmati keagungan *heritage* serta pembuatan cendera mata (kerajinan penduduk setempat yang unik dengan menggunakan bahan-bahan setempat).

Banyak hal yang dapat dieksplorasi di Kampung Wisata Baluwarti di antaranya suasana Kampung Tamtaman dan Carangan, dulunya barak prajurit. Wirengan kampung penari, Gambuhan kampung pengrawit, Hadernasan tempat transit warga Belanda, Ndalem Sasono Mulyo rumah raja dan keluarganya, Langensari lokasi transit tamu kerajaan, Gondorasan dapur keraton, dan masih banyak lagi.

Berbicara tentang potensi budaya tidak dapat terlepas pada pengembangan *wellness tourism* yang sedang digaungkan di Kota Surakarta dan sebenarnya masih banyak lagi potensi budaya yang dimiliki Kota Surakarta, hanya saja pembahasan kali ini hanya merujuk pada ikon potensi budaya yang sedang diminati.

#### **4. Kampung Batik Laweyan**

Laweyan menjadi salah satu pusat batik yang tertua dan terkenal di Kota Solo setelah Kampung Batik Kauman. Kampung ini memiliki luas area 24.83 hektar dan berpenduduk kira-kira 2500 penduduk di mana sebagian besar penduduknya bekerja sebagai pedagang ataupun pembuat batik. Kampung batik Laweyan sudah menjadi ikon batik Solo sejak abad ke-19 ketika asosiasi pedagang pertama kalinya dibentuk yaitu Sarikat Dagang Islam yang didirikan oleh Haji Samanhudi pada tahun 1912. Hingga sekarang 250 motif batik khas Kampung Batik Laweyan sudah dipatenkan. Berbeda dengan Batik Kauman yang cenderung berwarna gelap dan motif klasik, Batik Laweyan lebih menawarkan batik warna lebih terang.

Selain memiliki sejarah sebagai kota batik tertua, gaya arsitektur kampung batik juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Dinding tinggi dan gang-gang sempit menjadi karakter khas kampung batik ini. Bangunan rumah pedagang batik Laweyan banyak dipengaruhi oleh arsitektur Jawa, Eropa, Cina dan Islam.

Tak hanya berjualan batik, Kampung Batik Laweyan juga menawarkan paket wisata workshop membuat batik. Bagi Anda yang tertarik, Anda mengikut kursus membatik dalam waktu singkat sekitar 2 jam dan Anda bisa membawa pulang hasil karya Anda. Selain itu juga ada pelatihan membatik secara intensif bagi Anda yang ingin mendalami teknik pembuatan batik tulis dan cap. Untuk mengetahui biaya kursus Anda bisa menghubungi langsung ke *contact person* Forum Pengembangan Kampung Batik Laweyan.

Tabel 14. Ragam Wisata Budaya Kota Solo

No.	Kampung Wisata	Keterangan
1.	<p><b>Kampung Batik Kauman</b> Kampung batik ini menjadi pusat batik tertua di Kota Solo. Berlokasi tidak jauh dari jalan utama Slamet Riyadi dan Jalan Rajiman. batik Kauman lebih menampilkan motif batik klasik yang didasarkan pada pakem atau standar keraton. Bisa dikatakan motif batik Kauman lebih merepresentasikan motif batik yang dikenakan di Keraton Kasunanan.</p>	 <p>GALERI BATIK KAUMAN KAMPUNG BATIK KAUMAN - SURAKARTA</p>
2.	<p><b>Kampung Batik Laweyan</b> Kampung Laweyan didesain dengan konsep terpadu, dengan memanfaatkan lahan seluas kurang lebih 24 ha yang terdiri dari 3 blok. Di dalam kampung Batik tersebut, terdapat ratusan pengrajin Batik yang menjual berbagai motif, seperti Tirto Tejo dan Truntum dengan beragam variasi harga. Selain batik, Kampung Batik Laweyan juga menyimpan kekayaan arsitektur Jawa kuno.</p>	
3.	<p><b>Keraton Surakarta</b> Keraton Surakarta Hadiningrat dibangun pada 1745 oleh Pakubuwono II saat memindahkan ibukota kerajaan dari Kartasura ke Desa Sala dan selesai pada masa Pakubuwana X. Beberapa bangunan dan area di kompleks keraton antara lain, alun-alun lor, alun-alun kidul, sasna sumewa, sithinggil, kemandungan, sri manganti dan Kedhaton.</p>	
4.	<p><b>Pura Mangkunegaran</b> Pura ini berdiri pada tahun 1757 setelah perjanjian Salatiga yang membagi wilayah kekuatan Pakubuwana III dan Raden Mas Said atau Pangeran Sambernyawa yang kemudian bergelar Mangkunegaran I. Arsitektural Pura Mangkunegaran berciri Jawa klasik dan Eropa. Di dalam Pura Mangkunegaran terdapat beragam koleksi benda bersejarah yang bernilai seni tinggi.</p>	




### 5.2.2. Wisata Belanja

Wisata belanja secara singkat disimpulkan sebagai suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang bukan sekedar hanya jalan-jalan tetapi sekaligus untuk membeli keperluan dan

melihat-lihat serta menikmati daya tarik dari kawasan wisata belanja tersebut.

Dalam perkembangannya, Surakarta memiliki daya tarik tersendiri pada sektor wisata belanja. Terdapat beberapa tempat ikonik yang menjadi unggulan dari Kota Surakarta. Beberapa tempat berikut merupakan wisata belanja yang tersedia di Kota Surakarta saat ini.

Tabel 15. Potensi Wisata Belanja Kota Solo


No	Kecamatan/ Kelurahan	Wisata Belanja	Potensi	Keterangan
1	Kecamatan Pasar Kliwon, Kelurahan Kedunglumbu	Pusat Grosir Solo (PGS)	PGS menyediakan berbagai toko untuk aneka produk sandang, terutama produk batik di Kota Surakarta. Pembeli dapat berbelanja dengan jumlah satuan maupun grosir di tempat ini dengan harga yang murah dan pilihan yang bervariasi.	
2	Kecamatan Pasar Kliwon, Kelurahan Kedunglumbu	Beteng Trade Center	BTC menyediakan banyak pedagang untuk produk perdagangan tekstil seperti pakaian syar'i, batik solo, pakaian formal, pakaian casual, sepatu dan tas. BTC terkenal dengan pusat belanjanya para reseller Solo, hal tersebut dikarenakan banyak pilihan penjual dengan harga dan kualitas yang berbeda sehingga pembeli dapat membandingkan produk dagangan satu penjual dengan penjual yang lain.	
3	Kecamatan Pasar Kliwon Kelurahan Gajahan	Pasar Klewer	Pasar Klewer merupakan pasar tradisional yang menyediakan banyak penjual untuk aneka keperluan sandangan. jam operasional dari jam 08.00 hingga 17.00. Di pasar ini kita dapat berbelanja sekaligus mengamati bagaimana kebiasaan jual-beli masyarakat Solo. Pasar ini biasanya dijadikan tempat belanja favorit para wisatawan Kota Solo karena koleksinya yang lengkap dengan <i>stock</i> melimpah.	



No	Kecamatan/ Kelurahan	Wisata Belanja	Potensi	Keterangan
4	Kecamatan Laweyan, Kelurahan Kerten	Komplek Distro Kerten	Komplek Distro Kerten merupakan daerah di Kota Solo yang menjadi pusat <i>indie clothing</i> karya para wirausaha lokal Solo. Kita dapat menemukan komplek distro Solo di sepanjang jalan Samratulangi, Kerten. Komplek distro Kerten menyediakan banyak distro untuk aneka kebutuhan sandang dengan konsep <i>clothing</i> indie ala-ala anak muda.	
5	Kecamatan Jebres, Kelurahan Sudiroprajan	Pasar Gede Hardjonegara	Pasar Gede adalah pasar kebutuhan pokok. Sayuran segar, aneka bumbu, daging hingga buah-buahan mengisi ruang tengah pasar yang berlantai dua ini. Sementara itu pedagang makanan khas Solo berada di sekeliling lapak sembako. Ada puluhan penjual yang menjajakan nasi liwet, pecel, aneka oseng-oseng, ayam goreng, dawet, kerupuk rambak, karak, intip hingga berbagai jenis jajanan pasar	
6	Kecamatan banjarsari, Kelurahan Keprabon	Pasar Triwindu	Pasar Triwindu merupakan pasar barang loak yang cukup lengkap dan nyaman. memiliki kios-kios mungil yang menyediakan berbagai benda antik, mulai dari koin-koin hingga porselen Cina yang sudah berusia ratusan tahun dengan penataan yang bebas dan tidak kaku. Berbagai perhiasan, wayang dan topeng juga tersedia	
7	Kecamatan banjarsari, Kelurahan Keprabon	Pasar Malam Ngarsopuro	Pasar Malam Ngarsopuro digelar di sepanjang <i>city walk</i> Kawasan Pasar Windujenar, Ngarsopuro di depan Pura Mangkunegaran. Tepatnya di Jalan Diponegoro. Di Night Market menjual produk UKM dan souvenir khas kota Solo. Selain itu di Night Market Ngarsopuro juga banyak terdapat makanan serta jajanan	



No	Kecamatan/ Kelurahan	Wisata Belanja	Potensi	Keterangan
			pasar yang siap memanjakan lidah seperti Nasi liwet, Cabuk Rambak, Wedang Ronde, Sosis Solo, Bakso Bakar, Sate Kere, dan lain sebagainya.	
8	Kecamatan Banjarsari Kelurahan Manahan	Pasar Depok	Pasar Depok merupakan pasar burung dan ikan hias terletak di Jl. Balekambang Lor, Banjarsari, Solo, pasar burung ini telah menjelma menjadi kawasan jual beli hewan-hewan peliharaan yang terbesar di Jawa Tengah. Pasar ini tak hanya menjadi tujuan pecinta burung dan ikan, namun juga menjadi tempat berburu bagi para pecinta unggas-unggas hias yang unik.	
9	Kecamatan Sondakan, Kelurahan Laweyan	Pasar Jongke	Pasar Jongke berdiri sejak 1992. Pasar Jongke merupakan tempat pilihan para wisatawan untuk berburu oleh-oleh camilan khas Solo, seperti abon, intip, paru, dendeng, dsb.	
10	Kecamatan Serengan, Kelurahan Jayengan	Kalilarangan	Terdapat beberapa toko oleh-oleh yang menjual aneka ragam makanan khas Solo, seperti abon, keripik apriu, rambak ceker, dsb. Lokasinya berada di pusat kota dan dekat dengan pusat perbelanjaan & kuliner khas Solo.	
11	Kecamatan Banjarsari Kelurahan Mangkubumen	Paragon Mall	Mall ini merupakan salah satu pusat perbelanjaan masyarakat Kota Surakarta. Dengan fasilitas dan gerai yang lengkap, Solo Paragon Mall bisa menjadi salah satu tujuan belanja / <i>shopping</i> dan <i>refreshing</i> bersama keluarga dan teman.  Gerai yang tersedia mulai dari <i>department store</i> , <i>super market</i> , wahana bermain (mall game) anak, <i>movies</i> (bioskop), restoran hingga toko buku.	

No	Kecamatan/ Kelurahan	Wisata Belanja	Potensi	Keterangan
12	Kecamatan Laweyan, Kelurahan Penumping	Solo Grand Mall	Merupakan salah satu Mall di Kota Solo yang menjadi pusat perbelanjaan, berada di Jalan Slamet Riyadi membuat mall ini cukup banyak diminati karena lokasinya yang berada di pusat kota Surakarta.	
13	Kecamatan Laweyan Kelurahan Pajang	Solo Square mall	Solo Square menjadi salah satu pusat perbelanjaan yang banyak dikunjungi. Selain sebagai pusat perbelanjaan, terdapat banyak event dan menyediakan tempat pertemuan. Solo Square berada di Solo bagian barat tepatnya berada di Jalan Slamet Riyadi	

Sumber: Kajian Dampak Wisata Kuliner tahun 2021






Gambar 10. Peta Wisata Belanja




### 5.2.3. Wisata Kuliner




Kota Surakarta sebagai salah satu kota yang sudah terkenal dengan kulinernya. Banyak orang datang ke Surakarta hanya untuk menikmati makanan atau masakan olahannya. Beberapa kuliner khas Kota Surakarta tersebut diuraikan melalui gambaran berikut:

Tabel 16. Potensi Wisata Kuliner Kota Surakarta

No	Makanan Khas	Lokasi	Keterangan	
1	Gudeg Ceker	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warung Gudeg Ceker Bu Kasno yang beralamatkan di Jalan Wolter Monginsidi, Margoyudan, Banjarsari, Surakarta.</li> <li>• Restoran “Adem Ayem” yang beralamatkan di Jalan Brigjen Slamet Riyadi No.271, Penumping Laweyan Surakarta</li> <li>• Rumah Makan “Gudeg Ayu” di Jalan Gajah Mada No. 152 Ketelan Banjarsari Surakarta, dan di Jalan Dr. Moewardi No.33 Purwosari Laweyan Surakarta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seperti pada umumnya masakan gudeg terbuat dari nangka muda, namun yang berbeda ialah gudeg ini dihidangkan bersama dengan masakan pendamping yaitu ceker (kaki ayam). Ceker ayam tersebut dimasak dengan cara direbus dengan santan, sehingga terasa lunak dan gurih.</li> </ul>	
2	<b>Tengkleng Kambing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warung Bu Jito Dlidir dengan alamat Jalan Kolonel Sugiono No. 67, Banjarsari, Surakarta</li> <li>• Komplek Pasar Buah Pasar Gedhe, lantai 2, Jebres, Surakarta</li> <li>• Warung Tengkleng Bu Edi yang dahulu berada di bawah Gapura Pasar Klewer, namun semenjak terjadi kebakaran di Pasar Klewer di tahun 2014, lokasi Warung Tengkleng Bu Edi berada di sebelah selatan lahan parkir Masjid Agung Kota Surakarta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tengkleng kambing merupakan salah satu kuliner khas Kota Surakarta, karena tidak ditemukan di daerah lain. Sejarah terciptanya masakan ini dimulai ketika jaman pendudukan Belanda di Kota Surakarta. Tengkleng adalah masakan sejenis sup dengan bahan utama kepala, kaki, dan tulang kambing. Bentuk fisik dari dari Tengkleng berbeda dengan gulai kambing, terutama pada kuahnya, bila gulai kental maka tengkleng kuahnya encer.</li> </ul>	
3	Nasi Liwet	Nasi Liwet Bu Wongso Lemu, yang berlokasi di Jalan Teuku Umar, Keprabon, Banjarsari, Surakarta	Nasi Liwet merupakan salah satu kuliner khas Kota Surakarta yang terkenal. Nasi Liwet adalah nasi gurih (dimasak dengan kelapa) mirip nasi uduk, yang disajikan dengan sayur labu siam, opor suwiran ayam (daging ayam dipotong kecil-kecil) dan areh. Cara penyajian dari Nasi Liwet ini cukup unik	





No	Makanan Khas	Lokasi	Keterangan	
			dengan menggunakan pincuk (daun pisang) sebagai tempat makannya	
4	Timlo Solo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Restoran Timlo Solo yang beralamatkan Jalan Urip Sumoharjo timur Pasar Gedhe Surakarta</li> <li>Warung Timlo Sastro 1 Jl. Abdul Muis No.32A, Kepatihan Kulon, Kec. Jebres, Kota Surakarta</li> <li>Warung timlo sastro 2 Jl. Dr. Wahidin No.30, Purwosari, Kec. Laweyan, Kota Surakarta</li> <li>Warung Timlo Maestro yang berlokasi di Jalan Ahmad Dahlan No. 60 Keprabon Banjarsari, Surakarta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Timlo Solo adalah masakan berkuah bening yang terdiri, sosis Solo yang dipotong-potong, telur ayam pindang, dan irisan ati ampela ayam. Masakan ini biasanya disantap dengan nasi putih yang ditaburi bawang goreng. Rasa masakan ini hampir mirip dengan soto, perbedaannya timlo tidak menggunakan sayuran, dan bahan yang hanya bisa ditemui didalam timlo adalah potongan dari Sosis Solo (sejenis lumpia dengan isi daging ayam cincang).</li> </ul>	
5	Sate Kere	Sate Kere Yu Rebi, yang beralamatkan di Jalan Kebangkitan Nasional No. 1-2, Laweyan, Surakarta	Sate Kere adalah salah satu ikon kuliner dari Solo. Sate 'kere' (miskin) disebut-sebut lahir karena dulunya sate daging dianggap makanan mewah yang hanya disantap kalangan menengah ke atas. Akhirnya masyarakat miskin atau 'kere' membuat sate versi lain dengan menggunakan tempe 'gembus' (ampas tahu) atau jeroan sapi. Jeroan sapi yang digunakan adalah kikel, limpa, hati, dan lainlain.	
6	Sate Buntel	<ul style="list-style-type: none"> <li>Warung Sate Pak Narto, Jalan Kyai Mojo, Baturono, Pasar Kliwon</li> <li>Warung Sate Haji Bejo, Jalan Sebakung No. 10, Loji Wetan, Pasar Kliwon Surakarta.</li> <li>Warung Sate Tambak Segaran yang berlokasi di jalan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sate Buntel adalah jenis masakan sate yang terbuat dari daging kambing. Keunikan dari jenis masakan sate ini ialah terbuat dari daging kambing yang dicincang halus, dibumbui dengan bawang dan merica kemudian dibungkus (dibuntel) dengan</li> </ul>	

No	Makanan Khas	Lokasi	Keterangan	
		<p>Tambaksegaran (Sutan Syahrir) No. 39, Banjarsari, Surakarta.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Warung Sate Mbok Galak yang berada di Jl. Mangun Sarkoro No. 122 Banyuanyar Banjarsari Surakarta</li> </ul>	<p>lemak kambing. Biasanya masakan ini disantap bersama dengan kecap, irisan cabe rawit, bawang merah, irisan kol dan tomat.</p>	
7	Pecel Ndeso	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rumah Makan Pecel Solo yang beralamatkan di Jalan Dr. Supomo No. 55 Turisari Banjarsari Surakarta</li> <li>• area Pasar Gedhe Harjonagoro Jebres Surakarta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pecel Ndeso ini biasanya disajikan di atas pincuk yang terbuat dari daun pisang yang menambah kesan tradisional. Sajian Pecel Ndeso terdiri dari seporasi nasi merah yang disajikan dengan sayuran yang direbus seperti daun bayam, daun singkong, daun pepaya, kacang panjang, kembang turi, kecipir, kecambah, petai cina (melanding) kemudian disiram dengan sambal pecel bertekstur kental dan berwarna hitam.</li> </ul>	
8	Bestik Solo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warung Harjo Bestik yang beralamatkan di Jalan Dr. Radjiman timur perempatan Pasar Kembang Kemlayan Serengan, Surakarta</li> <li>• Warung Bestik Pak Darmo yang berada di Jalan Honggowongso No. 94 Panularan Laweyan Surakarta</li> <li>• Bestik Pak Mangun, yang berlokasi di Jalan Perintis Kemerdekaan No. 77, Kabangan Kecamatan Laweyan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bestik merupakan makanan khas Solo yang memiliki cita rasa nikmat. Bestik bisa diidentikan "Steak", namun dalam penyajiannya disesuaikan dengan selera dan bahan-bahan lokal sehingga menjadi sebuah makanan khas yang mengadopsi budaya non-lokal dengan budaya lokal</li> </ul>	
9	Selat Solo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warung Selat Mbak Lies, Kampung Serengan 2 No.42, RT03/RW02</li> <li>• Rumah Makan Selat Vien's Solo yang berada di jalan Hasanuddin No. 99, Banjarsari Surakarta</li> </ul>	<p>Selat Solo adalah makanan khas Kota Surakarta yang merupakan warisan dari jaman pendudukan bangsa Belanda. Kata 'selat' diadopsi dari bahasa Belanda 'slachtje' yang artinya hasil</p>	

No	Makanan Khas	Lokasi	Keterangan	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Restoran Kusuma Sari dengan alamat Jl. Yos Sudarso No. 81 Kemlayan, Serengan Surakarta</li> </ul>	penyembelihan daging yang dijadikan kecil-kecil.	
10	Soto Gading	Warung Soto Gading beralamatkan di Jalan Brigjen Sudiarto No. 75 Gading, Pasar Kliwon	Soto Gading adalah kuliner yang cukup populer di Kota Surakarta yang berlokasi di daerah Gading kecamatan Pasar Kliwon. Pada dasarnya Soto Gading merupakan soto ayam, sedangkan Gading adalah nama daerah dimana soto tersebut berasal. Soto Gading memiliki kuah bening yang ringan karena rempahnya tidak begitu kuat. Kaldunya yang sangat terasa dengan isi berupa soon serta suwiran daging ayam dapat memanjakan lidah penikmatnya.	
11	Kue Mandarijn	Toko Roti Orion di Jalan Urip Sumoharjo No. 80	Salah satu kuliner khas yang menjadi ikon kuliner di Kota Surakarta ialah kue Mandarijn yang dijual di Toko Roti Orion. Kue Mandarijn merupakan kue basah dengan dua sisi roti warna coklat dan warna kuning yang bertumpuk dengan dilapisi selai nanas. Harum aromanya yang khas, legit, serta teksturnya yang lembut menjadi identitas dari kue Mandarijn buatan Toko Orion, dimana hal tersebut menjadi perbedaan dengan kue lapis khas Surabaya yang mungkin sekilas akan terlihat sama. Kue Mandarijn tersedia di Toko Roti Orion ini memiliki tiga macam varian, yaitu Mandarijn biasa, Mandarijn spesial, dan Mandarijn kismis.	



No	Makanan Khas	Lokasi	Keterangan
12	Intip Solo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oleh-oleh Intip Pringgading Jalan Kusumayudan, Banjarsari Surakarta</li> <li>toko oleh-oleh Pasar Singosaren Jalan Kalilarangan No.71 Kemlayan Serengan Surakarta</li> </ul>	<p>Intip merupakan hasil dari kerak endapan Nasi Liwet dari dasar periuk yang di masak dengan kayu bakar. Salah satu ciri khasnya yakni taburan kinco atau gula Jawa (gula merah) cair di atas gorengan atau taburan garam halus jika ingin rasanya asin. Intip Solo terbagi atas dua jenis yaitu intip asli dan Intip buatan.</p> 
13	Kue Serabi Solo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Srabi Notosuman di Jalan Moh. Yamin No.28</li> <li>Serabi Nyonya Handayani dengan alamat Jalan Moh. Yamin No. 49 Serengan Surakarta</li> </ul>	<p>Kue Serabi Solo sebenarnya adalah semacam pancake yang berbentuk bulat seperti piring dengan sedikit kerak di sekelilingnya. Teksturnya kenyal namun tetap lembut, dan rasanya sangat legit. Berbeda dengan Kue Surabi Bandung yang menggunakan bahan dasar tepung terigu dan disiram dengan kuah gula kelapa cair, sedangkan Serabi Solo ini dihidangkan tanpa kuah manis.</p> 
14	Tahok	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tahok Pak Citro yang ada di sebelah selatan Pasar Gedhe Jebres Surakarta</li> <li>Tahok pak Slamet yang berada di Jalan Kapten Mulyadi No.76 Ketandan Jebres Surakarta</li> </ul>	<p>Tahok adalah makanan dari kedelai yang dilumatkan. Tekstur Tahok sangat lembut seperti adonan puding. Tahok dalam penghidangannya disiram dengan kuah dengan bahan dasar gula merah, daun sereh, daun pandan, dan jahe.</p> 
15	Es Dawet Ayu Telasih	Es Dawet Bu Dermi yang berada di dalam Pasar Gedhe Solo	<p>Es Dawet Ayu Telasih ini berbeda dengan Es Dawet lainnya. Es Dawet ini terdiri dari onggok (semacam bubur dari tepung beras), ketan hitam, dan biji Telasih.</p> 

No	Makanan Khas	Lokasi	Keterangan
16	Wedang Dongo	di Jalan Teuku Umar, Keprabon, Banjarsari.	<p>Wedang Dongo ialah salah satu minuman khas Kota Surakarta. Wedang Dongo sebenarnya tidak jauh berbeda dengan Wedang Ronde. Wedang Dongo dalam satu porsi dapat ditemukan racikan kacang, kolang-kaling, dan ronde (bulatan ketan berisi kacang halus yang ditumbuk). Namun bedanya, kuah Wedang Dongo berwarna lebih coklat dengan rasa jahe yang lebih kuat daripada Wedang Ronde</p> 


Sumber: Kajian Dampak Wisata Kuliner tahun 2021

#### 5.2.4. Wisata Religi

Wisata religi merupakan wisata dengan pendekatan sejarah, adat, dan kepercayaan suatu masyarakat atau beberapa orang yang bertujuan untuk memenuhi aspek kerohanian, sehingga dapat meningkatkan keimanan.

Menurut Pendit (2006) dalam Anwar, dkk (2017) disebutkan bahwa wisata religi atau wisata pilgrim banyak dikaitkan dengan adat istiadat, agama dan kepercayaan umat atau kelompok masyarakat tertentu. Kegiatan ini dapat dilakukan perorangan ataupun rombongan ke tempat yang dianggap suci, seperti makam orang besar, bukit, gunung, dsb.

Tabel 17. Ragam Wisata Religi di Surakarta

No.	Wisata Religi	Keterangan
1	<p><b>Masjid Agung Surakarta</b></p> <p>Pasar Kliwon, Surakarta.</p>	<p>Masjid Agung Surakarta adalah masjid terbesar di Kota Solo yang memiliki arsitektur jawa klasik pesona Surakarta. Masjid Agung Surakarta masih menjadi pusat tradisi Islam di Keraton Surakarta.</p> 

No.	Wisata Religi	Keterangan
2	<p><b>Gua Maria Mojosongo</b></p> <p>Mojosongo, Jebres, Surakarta.</p>	<p>Gua Maria Mojosongo diresmikan pada 25 Desember 1982 oleh Mgr. Julius Darmaatmadja SJ. Gua Maria Mojosongo menjadi satu-satunya jujugan untuk berziarah dan berdoa. Tempat ziarah ini dilengkapi dengan fasilitas litugi jalan salib.</p> 
3	<p><b>Astana Oetara</b></p>	<p>Astana Oetara merupakan kompleks pemakaman Kanjeng Gusti Pangeran Adipati Arya (KGPAA) Mangkunegara VI beserta keluarga, kerabat dan para abdi dalemnya. Makam ada sejak tahun 1928 ketika jenazah Mankunegara VI dibaringkan di pemakaman ini.</p> 
4	<p><b>Makam Ki Ageng Henis</b></p>	<p>Pesarean Kyai Ageng Henis merupakan salah satu situs destinasi wisata. Pintu herbangnya berada di posisi sebelah kanan Masjid Laweyan, Solo. Sebuah pintu gerbang yang terbuat dari kayu jati tebal berwarna biru dengan moris yang khas Jawa.</p> 
5	<p><b>Vihara Dharma Sundara</b></p>	<p>Vihara Dhamma Sundara merupakan ibadah umat Buddha, namun sekarang boleh dikunjungi masyarakat umum sebagai destinasi wisata budaya karena keindahan karakterisik candi-candi Buddha khas Nusantara kuno.</p> 
6	<p><b>Komplek Makam Habib Ali bin Muh. Al Habsyi</b></p>	<p>Komplek makan ini selalu ramai dikunjungi jamaah. Haul Habib Ali bin Muhammad Al Habsyi sebagai sosok <i>muallif</i> (pengarang) kitab maulid Simtuddurrardi yang menjadi daya tarik hingga ke penjuru dunia.</p> 
7	<p><b>Pura Indra Prasta</b></p> <p>Sondakan, Laweyan</p>	<p>Pura Indra Prasti dibangun pada tahun 1986. Sebagian material untuk mendirikan Pura Indra Prasta ini diperoleh dari sisa pembangunan Pura Bhuwana Agung Saraswati yang berada di lingkungan Kampus Universitas Sebelas Maret Surakarta (UNS). Lokasinya di permukiman Mutihan, Laweyan, di tepi sungai Jenes. Pura ini mirip dengan Pura di Bali. Di dalam tembok Pura terdapat dua bagian</p> 



No.	Wisata Religi	Keterangan	
		halaman, yakni Madya Mandala dan Mandala Utama.	
8	<b>Makam Ki Gede Sala</b> Baluwarti, Pasar Kliwon	Ki Gede Sala merupakan tokoh penting dalam pemindahan Keraton Mataram ke Desa Sala. Ki Gede Sala merupakan penguasa di Desa Sala sehingga banyak disebut sebagai pendiri Kota Solo. Hingga saat ini makamnya masih sering dikunjungi dan menjadi daya tarik bagi peziarah.	
9	<b>Makam Raden Ngabehi Yosodipuro</b>	Di dalamnya terdapat makam Raden Ngabehi Yosodipuro, seorang pujangga dari Keraton Surakarta Hadiningrat. Makam R. Ng. Yosodipuro kini menjadi objek wisata ziarah dengan setiap Jumat Pahing diselenggarakan upacara Sanggaran.	
10	<b>Langgar Merdeka</b> Laweyan, Surakarta	Langgar merdeka merupakan salah satu ikon penanda menuju Kampung Batik Laweyan. Langgar Merdeka dimulai pada tahun 1942 dan selesai dibangun pada 1946. Langgar berarti mushala kecil. Langgar Merdeka berdiri di atas tanah wakaf seluas 179 m <sup>2</sup> . Bangunan Langgar Merdeka sebelumnya adalah bangunan rumah toko milik warga keturunan Tiongkok yang dipakai untuk berjualan candu (ganja). Kemudian bangunan ini dibeli oleh H. Imam Mashadi yang lantas beralih fungsi menjadi langgar.	

Sumber: Dinas Pariwisata Surakarta

## 5.2.5. Wisata Transportasi

### 1. Bus Tingkat Wisata Werkudara

Bus Tingkat Werkudara merupakan bus tingkat wisata pertama yang ada di Indonesia yang beroperasi sejak 20 Februari 2011. Bus ini memiliki kapasitas 43 penumpang, yang terbagi dalam dua bagian yaitu 18 penumpang di bagian bawah dan 18 penumpang di bagian atas. Terdapat dua rute yang akan ditempuh dalam sekali perjalanan Bus Tingkat Werkudara.

- Rute pertama adalah rute keberangkatan yaitu dimulai dari Kantor Dishub Surakarta - Stadion Manahan - Museum Radya Pustaka - Museum Batik Danar Hadi - Kampung Batik Kauman - Gladag - Jalan Jendral Sudirman - Jalan Urip Sumoharjo - Jalan Kol. Sutarto - Jalan Ir. Sutami - Jurug.
- Rute kedua adalah rute kembali yaitu dimulai dari Jurug - Jalan Ir. Sutami - Jalan Kol. Sutarto - Jalan Urip Sumoharjo - Jalan Jendral Sudirman - Pusat Grosir Solo (PGS) - Jalan Kapten Mulyadi - Jalan Veteran - Jalan Bhayangkara - Jalan Dr. Rajiman - Jalan Wahidin - Kantor Dishub Surakarta.

Dengan waktu perjalanan selama kurang lebih dua jam, wisatawan akan diajak berkeliling Kota Surakarta. Terdapat pula pemandu yang akan memberi penjelasan mengenai berbagai lokasi menarik yang dilewati di sepanjang perjalanan. Bagi penumpang di bagian atas, bisa leluasa menikmati suasana Kota Surakarta dengan jendela yang didesain terbuka. Selama perjalanan, Bus Tingkat Werkudara juga akan berhenti di beberapa tempat agar wisatawan bisa mengunjungi objek wisata yang ada di tempat tersebut.



Gambar 11 Bus Tingkat Werkudara

## 2. Sepur Klutuk Jaladara

Sepur Kluthuk Jaladara menempuh perjalanan sekitar 5,6 km, dari stasiun Solo Purwosari menuju stasiun Solo Kota Glagah. Pulang pergi, kereta api ini menempuh perjalanan sekitar 2 jam. Karena

kereta api wisata ini singgah di depan pintu masuk Kampung Batik Kauman, Solo, rumah dinas Walikota Solo dan sejumlah tempat wisata lainnya. Kehadiran sepur kluhtuk Jaladara akan menjadi pemicu pariwisata Kota Solo. Diharapkan dengan dioperasikannya kereta api uap di tengah kota, akan menjadi daya tarik tersendiri terhadap kota itu.

Nama kereta ini diambil dari nama kereta pusaka yang dihadiahkan para dewa kepada Prabu Kresna guna membasmi kejahatan ini akan membawa penumpang melintasi jalur legendaris yang membelah Surakarta, yakni dari Stasiun Purwosari menuju Stasiun Sangkrah yang berjarak sekitar 5 km. Dengan jarak demikian, membutuhkan air dalam jumlah yang banyak untuk menghasilkan uap agar dapat menggerakkan lokomotif tersebut, setidaknya membutuhkan 4 meter kubik air dan 5 meter kubik kayu jati. Lokomotif ini tergolong lokomotif kecil yang digunakan untuk rute mendatar. Kecepatan yang dihasilkan dari kereta api ini dapat mencapai 50 km/jam dengan dilengkapi 2 gerbong yang dibuat dari kayu jati pilihan asli pada tahun 1920 dengan kode CR 16 dan CR 144 dan total kapasitas optimal kedua kereta penumpang tersebut adalah 70 orang.

Rute Kereta Jaladara melewati: Diamond Convention Center, Solo Grand Mall, Loji Gandrung (Rumah Dinas Wali kota Surakarta), House of Danar Hadi, Museum Radya Pustaka Sriwedari, Perempatan Pasar Pon (Pasar Windujenar – Ngarsopura), Kampung Seniman Kemlayan, Kampung Batik Kauman, Beteng Trade Center / Gladag Langen Bogan, Stasiun Solo Kota.





Gambar 12 Kereta Jaladara

### 3. Kendaraan Wisata Listrik

Kehadiran kendaraan listrik di Kota Solo menjadi daya tarik tersendiri baik bagi wisatawan maupun masyarakat umum. Dinas Perhubungan (Dishub) Solo, Jawa Tengah mengembangkan jalur khusus untuk mobil listrik wisata agar aman saat beroperasi mengangkut wisatawan di jalan raya. Rute kendaraan wisata. Mobil listrik Solo dengan model mirip mobil kuno ini memiliki jadwal operasional hanya Sabtu, Minggu dan hari libur. Rute perjalanan kendaraan wisata listrik meliputi:

- Rute 1 adalah Benteng Vasternburg-Keraton Kasunanan-Baluwarti-Kampung Batik Kauman-Mangkunegaran-Pasar Gedhe-Benteng Vasternburg. Penumpang bisa menunggu pemberangkatan mobil listrik wisata tersebut dari Benteng Vastenburg atau Balai Kota Solo.
- Rute kedua: Pasar oleh-oleh Jongke-Musium Saman Hudi-Kampung Batik Laweyan atau Batik Cempaka-Pasar oleh-oleh Jongke. Titik pemberangkatan penumpang dimulai dari Solia Hotel.
- Rute ketiga: Dishub-Mangkunegaran-Monumen Pers-Taman Balaikambang-Pasar Depok-Dishub. Penumpang bisa menunggu pemberangkatan di Taman Balekambang atau Kantor Dishub.



Gambar 13 Wisata Kendaraan Listrik

#### 4. Bus Meeting Gatotkaca

Bus besar dengan didesain sebagai ruang rapat (*meeting*). Ruang rapat pada bus ini dapat menampung 10 hingga 15 orang peserta. Sebagai pendukung kenyamanan, diaplikasikan pendingin ruangan/*Air Conditioner*, proyektor, dan LED TV yang juga dapat digunakan untuk kepentingan presentasi, hingga *sound sytem* dan pemanas air,



Gambar 14. Bus Meeting Gatotkaca

#### 5.3. Sarana Prasarana Pendukung Daya Tarik Pariwisata

Dalam pembahasan ini, sarpras pendukung pariwisata yang dimaksud meliputi destinasi wisata, hotel (penginapan), restoran, transportasi, dan *travel agent*. Rincian dari sarpras pendukung pariwisata di Kota Surakarta dapat dilihat pada beberapa tabel di bawah ini.

Tabel 18. Jumlah *Supply* Industri Kepariwisataan

Supply Industri	Jumlah
Destinasi Wisata	22 lokasi
Hotel Berbintang	56 lokasi
Hotel Non Bintang	85 lokasi
Jumlah Kamar	5356 lokasi

Supply Industri	Jumlah
Guest House/Homestay	72 lokasi
Convention Hall	10 lokasi (kapasitas 500 – 2500)
Travel Agent	213 unit usaha
Guide Bersertifikat	37 orang
Pelaku Ekraf	694 pelaku dari 17 subsektor

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Surakarta, 2022

### 5.3.1. Hotel dan Penginapan Lainnya

#### 1. Hotel/Penginapan

Jumlah hotel/penginapan di Kota Surakarta tercatat mencapai 164 pada tahun 2021. Adapun rincian jumlah dan klasifikasi hotel dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 19. Jumlah Hotel Berbintang di Kota Surakarta, 2017-2021

No.	Klasifikasi Hotel	Jumlah				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	Hotel Bintang Lima	4	3	3	3	3
2	Hotel Bintang Empat	7	7	8	10	11
3	Hotel Bintang Tiga	17	17	17	17	17
4	Hotel Bintang Dua	17	17	18	20	21
5	Hotel Bintang Satu	8	8	8	7	7
6	Hotel Non Bintang	100	100	111	107	105
<b>Jumlah</b>		<b>153</b>	<b>152</b>	<b>165</b>	<b>164</b>	<b>164</b>

Sumber: BPS, Surakarta dalam Angka, 2018-2022

Dari sekian jenis klasifikasi hotel berbintang dan non berbintang, selama kurun waktu 5 tahun jumlah terbanyak ada pada kamar hotel non bintang pada tahun 2019 yaitu 2.378, serta yang paling sedikit yaitu pada hotel bintang lima pada tahun 2020-2021. Sehingga, sampai tahun 2021 jumlah terbanyak masih merupakan hotel non bintang/homestay. Lihat Tabel 20.

Tabel 20. Jumlah Kamar Hotel Berbintang di Kota Surakarta, 2017-2021

No.	Klasifikasi Hotel	Jumlah				
		2017	2018	2019	2020	2021
1	Hotel Bintang Lima	644	524	542	224	224
2	Hotel Bintang Empat	1.073	1.073	1.217	1.533	1.743
3	Hotel Bintang Tiga	1.370	1.370	1.370	1.378	1.378
4	Hotel Bintang Dua	1.294	1.294	1.482	1.513	1.513
5	Hotel Bintang Satu	263	263	263	543	543
6	Hotel Non Bintang	2.237	2.237	2.378	2.234	2.204
<b>Jumlah</b>		<b>6.881</b>	<b>6.761</b>	<b>7.252</b>	<b>7.425</b>	<b>7.605</b>

Sumber: BPS, Surakarta dalam Angka, 2018-2022

Tabel 21. Jumlah *Homestay* di Kota Surakarta per 2019

No	Nama <i>Homestay</i>	Lokasi
1	Laksana Inn	Mangkubumen Surakarta
2	Taman Sari	Jebres
3	KPRI UNS	Jl. Ki Hajar Dewantoro No. 1 Ketingan Surakarta
4	Sabrina 2	Jl. Kalingga Utara XII Banjarsari Surakarta
5	Pelangi Residence	Jl. Kalingga Utara No. 1 Banjarsari Surakarta
6	Griya Tenera	Jl. AR Hakim No. 3 Tegalharjo
7	D'Yoland	Jl. Bangau 6 No. 8 Manahan Surakarta
8	Griya Manahan	Jl. Sam Ratulangi No. 12 c Banjarsari Surakarta
9	Guest House Home 3	Jl. Kol. Sutarto (Ivone Coll)
10	Priority Inn	Jl. Honggowongso No. 12 Surakarta
11	Istana Griya 2	Jl. Imam Bonjol No. 35
12	Punokawan Guest House	Jl. Ronggowarsito No. 53 Surakarta
13	Wesbobo/Red doorz Near Solo Balapan	Jl. Belitung No. 13 Surakarta
14	Omah Manahan	Jl. MH Thamrin No. 51 Gremet Manahan Surakarta
15	Guest House Pavillium Permata	Jl. Jayengan Tengah No. 28 Surakarta
16	Anmi Guest House Solo (OYO)	Jl. Pandu Dewanto No. 1
17	Green Park Kost Eksklusif	Jl. Pleret Raya Sumber Surakarta
18	Victoria Guest House	Jl. Pajajaran Utara I No. 44 Sumber
19	D' Paragon Manduro	Jl. Manduro 14 Solo
20	Griya Bungur	Jl. Bungur I No. 5 Punggawan SKA
21	Solo Kost	Jl. Ir Sutami No. 84
22	Cempaka Inn (Guest House)	Jl. Setono 22 Laweyan
23	The Wisma Solo Syariah	Kagokan Rt. 002/Rw. 011
24	Wirjodiharjo Sekaliyan	Jl. Jawa No. 15
25	Wirjodiharjo Sekaliyan	Jl. Jawa No.15

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Surakarta

## 2. Tingkat Pengunian Kamar / *Room Occupance Rate*

Tabel 22. Tingkat Penghunian Kamar/*Room Occupancy Rate* Hotel Berbintang di Kota Surakarta, 2017-2021

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Rata-rata</b>	(%)				
	41,78	43,58	44,57	29,35	32,06

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta

Tingkat hunian tempat tidur tertinggi berada pada tahun 2017 sebesar 44,57%, namun mengalami penurunan paling drastis pada tahun 2020 sekitar 0.34% yaitu menjadi 29.35%. Hal tersebut terjadi kemungkinan besar diakibatkan adanya pandemi dan kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) sehingga berdampak juga pada tingkat penghunian kamar.

### 3. Tingkat Penghunian Tempat Tidur / *Bed Occupancy Rate*

Tabel 23. Tingkat Penghunian Tempat Tidur/ *Bed Occupancy Rate* Hotel Berbintang di Kota Surakarta, 2017-2021

No.	Klasifikasi Hotel	Tingkat Penghunian Tempat Tidur/ <i>Bed Occupancy Rate (BOR) (%)</i>					Rata-Rata
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	Hotel Bintang Empat ke atas	64,93	42,79	62,69	32,41	34,65	<b>47,49</b>
2	Hotel Bintang Tiga	58,92	51,42	50,39	22,27	26,53	<b>41,91</b>
3	Hotel Bintang Dua	58,15	50,36	52,33	37,25	34,03	<b>46,42</b>
4	Hotel Bintang Satu	59,34	69,52	37,05	23,58	23,76	<b>42,65</b>
5	Hotel Non Bintang	42,07	41,65	32,57	25,12	22,43	<b>32,77</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>56,68</b>	<b>51,15</b>	<b>47,01</b>	<b>28,13</b>	<b>28,28</b>	

Sumber: BPS, Surakarta dalam Angka, 2018-2022

Tingkat pengunian tempat tidur tertinggi berada pada hotel bintang satu di tahun 2018 yaitu mencapai 69,52% dan tingkat penghunian terendah berada pada hotel bintang tiga tahun 2020 yaitu 22,27%. Dalam kurun waktu 5 tahun, progress penurunan drastis terjadi pada tahun 2020 hingga mencapai 28,13%. Hal tersebut terjadi juga terjadi akibat pandemi Covid-19 serta kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM).

### 4. Lama Tamu Menginap / *Length of Stay*

Pada tahun 2021, wisatawan yang lebih lama menginap merupakan wisatawan dari mancanegara, yaitu sekitar 2.05 hari. Pada tahun 2021, lama hunian sedikit lebih tinggi, sehingga penurunan dari tahun 2020 menuju 2021 tidak begitu besar hanya sekitar 0.18% untuk wisatawan mancanegara dan 0.08% untuk wisatawan nusantara.

Adapun di bawah ini merupakan data rata-rata lama wisatawan menginap di Kota Surakarta dalam kurun waktu 5 tahun.

Tabel 24. Lama Tamu Menginap/*Length of Stay* Hotel Berbintang di Kota Surakarta, 2017-2021 (hari)

Wisatawan	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Asing</b>	1,75	1,95	2,13	2,50	2.05
<b>Domestik</b>	1,55	1,52	1,60	1,50	1.37
<b>Rata-rata</b>	<b>1,65</b>	<b>1,735</b>	<b>1,865</b>	<b>2</b>	<b>1,71</b>

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta



### 5.3.2. Restoran

Pada tahun 2021 di Kota Surakarta sebanyak 716 restoran tersebar di 5 kecamatan. Sebagian besar restoran ada di Kecamatan Banjarsari sebanyak 255 (35,6%), dan paling sedikit di Kecamatan Pasar Kliwon sebanyak 65 (9%).

Pada tahun 2020-2021 dimana bencana Covid-19 melanda bisnis global, penurunan jumlah restoran tidak teralau signifikan yaitu hanya berkurang 0,01%

Tabel 25. Jumlah Restoran/Rumah Makan Menurut Kecamatan di Kota Surakarta, 2017-2021

Kecamatan	Jumlah				
	2017	2018	2019	2020	2021
Laweyan	198	240	184	162	175
Serengan	103	107	141	169	126
Pasar Kliwon	81	95	34	62	65
Jebres	62	70	0	91	95
Banjarsari	234	266	274	243	255
<b>Total</b>	<b>678</b>	<b>778</b>	<b>693</b>	<b>727</b>	<b>716</b>

Sumber: BPS, Surakarta dalam Angka, 2021-2022

### 5.3.3. Transportasi

Moda transportasi di kota Surakarta sudah terintegrasi satu sama lain sehingga semakin memudahkan masyarakat untuk menuju destinasi baik dari maupun ke Surakarta.

Dikarenakan merupakan akses dari daerah-daerah di sekitarnya seperti Sragen, Karanganyar maupun Jogjakarta, jumlah kendaraan yang masuk dan keluar Kota Surakarta terbilang cukup banyak. Ditambah lagi, Surakarta juga merupakan salah satu destinasi wisata budaya di Jawa, sehingga semakin banyak orang yang berdatangan ke kota ini.

Transportasi umum yang memadai diperlukan untuk memenuhi kebutuhan, baik untuk warga Surakarta sendiri maupun untuk para turis lokal maupun mancanegara. Saat ini, Surakarta telah memiliki akses transportasi yang beragam. Beberapa di antaranya bahkan sudah terintegrasi satu sama lain, seperti Stasiun Solo Balapan dan Terminal Tirtonadi yang dihubungkan lewat sky bridge dan juga kereta bandara dari Stasiun Solo Balapan menuju Bandara Adi Soemarmo Adi Soemarmo.



Bukan hanya itu, Pemerintah Kota Surakarta juga sangat *concern* dalam menciptakan transportasi perkotaan agar semakin terintegrasi. Di antara transportasi tersebut adalah Batik Solo Trans (BST) yang terdiri dari bus dan angkutan kota. BST melayani sampai dengan 15 koridor dengan 7 koridor bus BST dan 8 koridor dilayani angkutan kota sebagai *feeder*. Salah satu infrastruktur transportasi yang manfaatnya sangat dirasakan oleh masyarakat adalah Terminal Tipe A Tirtonadi.

Selain itu akses transportasi dari dan ke Solo juga dapat ditempuh menggunakan kereta api. Salah satunya adalah kereta perintis Batara Kresna yang beroperasi di jalur Solo-Wonogiri. Unikinya, Batara Kresna dapat melintasi rel yang sejajar dengan jalan protokol di Solo dengan laju kecepatan maksimal 30 km/jam. Hal ini membuat Batara Kresna menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara yang ingin merasakan naik kereta di tengah jalan Kota Solo.

Resmi beroperasi sejak 11 Maret 2015, kereta ini memiliki tiga rangkaian gerbong dengan kapasitas penumpang sebanyak 117 orang. Harga tiket untuk sekali perjalanan sebesar Rp 4 ribu per orang. Kereta ini akan berangkat dari Stasiun Purwosari menuju Stasiun Wonogiri dan akan berhenti di Stasiun Solo Kota, Sukoharjo dan Pasar Nguter.

Batara Kresna Purwosari-Wonogiri akan berangkat pada pukul 6 dan 10 pagi dari stasiun pertama yakni Stasiun Purwosari. Sedangkan keberangkatan dari arah sebaliknya yakni Wonogiri-Purwosari akan berangkat pada pukul 8 pagi dan 12 siang dari Stasiun Wonogiri.

Penyediaan jasa layanan transportasi kereta api perintis dilaksanakan untuk meningkatkan pelayanan angkutan kereta api dalam menunjang perkembangan ekonomi serta membantu mobilisasi masyarakat. Subsidi angkutan perintis merupakan bentuk tanggung jawab pemerintah yang merupakan selisih antara biaya yang dikeluarkan oleh penyelenggara sarana perkeretaapian (Biaya Operasi) dengan pendapatan yang diperoleh berdasarkan tarif yang ditetapkan pemerintah.

Selain Batara Kresna, terdapat pula Kereta Rel Listrik (KRL) Solo-Jogjakarta. Kereta ini selalu ramai penumpang. Selain itu juga ada Kereta api

bandara yang menempuh Stasiun Solo Balapan-Bandara Adi Soemarmo dengan waktu selama 15 menit.

Di bawah ini data-data transportasi di kota Surakarta.

### 1. Angkutan Umum

Pada tahun 2021 di Kota Surakarta sebanyak 420 kendaraan tersebar ke dalam 3 kategori kendaraan. Sebagian besar kendaraan yaitu taksi sebanyak 219 (52%), dan paling sedikit merupakan kendaraan bus kota sebanyak 90 (21.4 %).

Tabel 26. Jumlah Kendaraan Umum Menurut Jenis Kendaraan yang Berdomisili di Kota Surakarta 2017-2021

Jenis Kendaraan	Jumlah				
	2017	2018	2019	2020	2021
Taksi	790	681	654	401	219
Angkutan	247	1.655	247	111	111
Bus Perkotaan	114	521	61	90	90
<b>Jumlah</b>	<b>1.151</b>	<b>2.857</b>	<b>989</b>	<b>602</b>	<b>420</b>

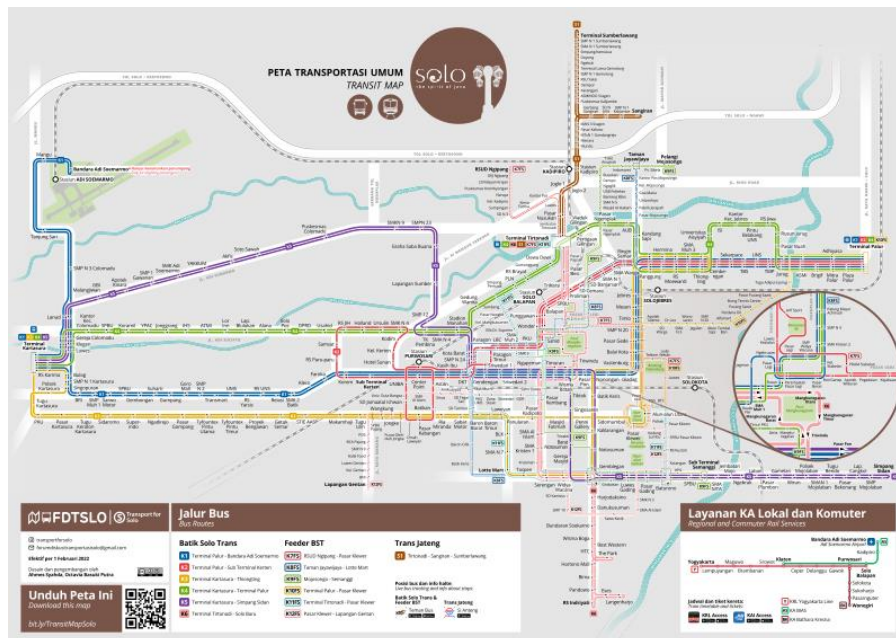
Sumber: BPS, Surakarta dalam Angka, 2022

Sejak diluncurkan pada 1 September 2010 yang lalu, Batik Solo Trans (BST) telah banyak membantu masyarakat sebagai moda transportasi publik. Bus yang beroperasi di dalam kotao ini telah menyediakan rute langsung ke Kartasura, Palur hingga Bandara Adi Sumarmo.

Tabel 27. Koridor Batik Solo Trans (BTS) & Angkuta Feeder Batik Solo Trans beserta Layanan Wilayahnya

Koridor	Layanan Wilayah
<b>Batik Solo Trans</b>	
Koridor 1	Bandara Adi Soemarmo – Palur
Koridor 2	Kartasura-Palur (via Terminal Tirtonadi)
Koridor 3	Palur-Kartasura (via Pasar Klewer)
Koridor 4	Kartasura-Solo Baru
Koridor 5	Mojosongo-Solo Baru
Koridor 6	Kadipiro-Semanggi
Koridor 7	Palur-Solo Baru
Koridor 8	Palur-Kartasura
<b>Feeder Batik Solo Trans</b>	
Koridor 8	Cemani (Lotte Grosir) – Taman Jayawijaya
Koridor 9	Sub Terminal Semanggi – Mojosongo
Koridor 10	Pasar Klewer – Terminal Palur
Koridor 11	Pasar Klewer – Terminal Tirtonadi
Koridor 12	Pasar Klewer – Gentan

Sumber: Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Surakarta (BPPD) dan Dinas Pariwisata Kota Surakarta



Gambar 15. Peta Jalur Bus Kota Surakarta

## 2. Bandara Penerbangan

Bandara Internasional Adi Sumarmo berlokasi di Ngemplak, Kabupaten Boyolali. Bandara ini hanya berjarak 14 kilometer dari pusat kota Surakarta.

Bandara ini memiliki beberapa terminal; 3 Terminal penumpang, 2 terminal kargo, dan 11 tempat parkir pesawat. Menurut BPPD, setiap tahunnya, ada 96 kelompok terbang (kloter) jamaah umrah dan haji yang berangkat dari sini. Jumlah tersebut adalah yang terbesar di Indonesia dan sekaligus menjadi embarkasi haji di Provinsi Jawa Tengah.

Pada tahun 2018, Bandara ini menjadi bandara percontohan Bandara Ramah lingkungan ke-2 setelah Bandara Quito di Ekuador. Nantinya bandara ini juga memiliki Hub Stasiun yang terintegrasi dengan Terminal Tirtonadi dan Stasiun Balapan.

Jumlah terbanyak penerbangan yang datang ke Bandara Adi Sumarmo dengan tujuan domestik yaitu pada tahun 2017 sebanyak 15.836 dan untuk penerbangan internasional berada pada tahun 2017 sebanyak 399. Adapun detail jumlah pesawat yang datang dan berangkat dari Bandara Adi Sumarmo adalah sebagai berikut.

Tabel 28. Jumlah Pesawat Datang Dan Berangkat dari Bandara Adi Sumarmo (tujuan domestik) tahun 2017-2021

No.	Pesawat	Jumlah				
		2017	2018	2019	2020	2021
<b>Tujuan Domestik</b>						
1	Datang	15.842	11.849	6 597	3 071	2 033
2	Berangkat	15.836	11.896	6 555	3 072	2 034
<b>Tujuan Internasional</b>						
1	Datang	403	308	201	42	4
2	Berangkat	399	291	201	44	5

Sumber: BPS, Surakarta dalam Angka, 2018-2022

Adapun data terkait jumlah penumpang pesawat yang datang dan berangkat dari Bandara Adi Sumarmo adalah sebagai berikut.

Tabel 29. Jumlah Penumpang Datang Dan Berangkat dari Bandara Adi Sumarmo tahun 2017-2021

No.	Pesawat	Jumlah				
		2017	2018	2019	2020	2021
<b>Tujuan Domestik</b>						
1	Datang	1.332.762	1.320.263	776.933	269.181	216.766
2	Berangkat	1.332.447	1.303.389	779 324	272.697	210.590
<b>Tujuan Internasional</b>						
1	Datang	62.611	57.365	41 420	9 230	4
2	Berangkat	62.507	58.953	42 528	7 968	11

Sumber: BPS, Surakarta dalam Angka, 2018-2022

Kemudian, jika melihat data jumlah penumpang, jumlah terbanyak penumpang yang datang ke Bandara Adi Sumarmo dengan tujuan domestik yaitu pada tahun 2017 sebanyak 1.332.447 dan untuk penerbangan internasional berada pada tahun 2017 sebanyak 62.507. Terdapat tingkat penurunan yang cukup drastis baik pada penerbangan domestic maupun internasional.

Pada kedatangan domestik di tahun 2020 terjadi penurunan sejumlah 507.752 (65,3%). Hal tersebut terjadi karena Covid-19 yang menyebabkan banyak penerbangan ditunda bahkan dihentikan karena peraturan pembatasan mobilitas di setiap daerah.

Pada kedatangan internasional, di tahun 2021 terjadi penurunan yang paling signifikan dari tahun sebelumnya yaitu 9.226 (99%). Hal tersebut juga terjadi karena adanya kebijakan pembatasan mobilitas antar negara yang lebih ketat dari sebelumnya, sehingga berdampak pada jumlah penumpang.

Selain itu, beberapa maskapai penerbangan yang berangkat dari Bandara Adi Sumarmo terdaftar sebagai berikut.

Tabel 30. Maskapai Penerbangan yang Berangkat dari Bandara Adi Surmamo

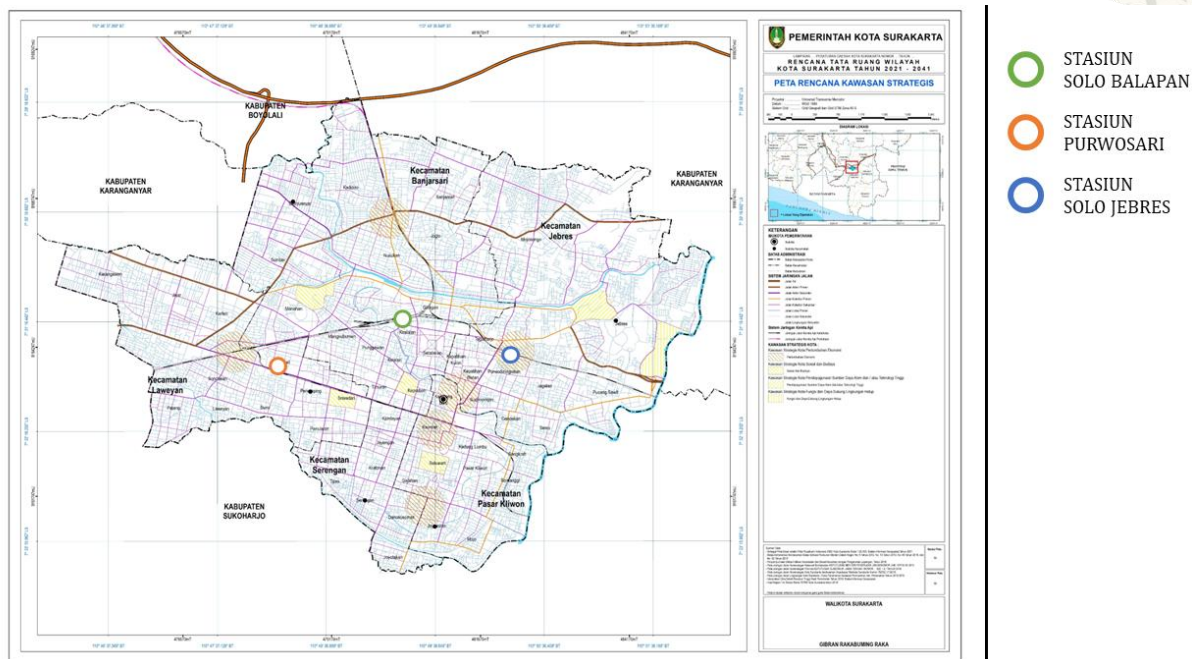
Maskapai	Tujuan
<b>Airfast Indonesia</b>	Charter: Timika
<b>Batik Air</b>	Jakarta—Halim Perdanakusuma, Jakarta—Soekarno—Hatta
<b>Citilink</b>	Jakarta—Halim Perdanakusuma
<b>Garuda Indonesia</b>	Jakarta—Soekarno—Hatta, Jeddah
<b>Indonesia AirAsia X</b>	Denpasar/Bali
<b>Lion Air</b>	Balikpapan, Bandar Lampung, Bengkulu, Banjarmasin, Batam, Denpasar/Bali, Jeddah, Jakarta—Soekarno—Hatta, Jambi, Makassar, Mataram—Lombok, Medan, Padang, Palangkaraya, Palembang, Pangkal Pinang, Pekanbaru, Pontianak, Surabaya, Tanjung Pinang, Tarakan
<b>Nam Air</b>	Jakarta—Soekarno—Hatta
<b>Sriwijaya Air</b>	Jakarta—Soekarno—Hatta, Makassar
<b>Wings Air</b>	Bandar Lampung, Bandung, Banjarmasin, Jakarta—Halim Perdanakusuma, Malang, Mataram—Lombok, Surabaya

Sumber: BPPD

### 3. Kereta Api

Kota Surakarta memiliki 3 stasiun yang sampai sekarang masih aktif digunakan, yaitu Stasiun Solo Balapan, Stasiun Purwosari, dan Stasiun Jebres. Pada ke tiga stasiun itu pun juga terdapat dua jenis kereta berdasarkan jangkauan destinasinya, kereta api jarak jauh dan KRL/*Commuter Line*. Sejak 2021, KA lokal yang disebut Prambanan Ekspres (Prameks) dengan tujuan Yogyakarta-Palur berganti menjadi *Commuter Line*. Saat ini KA Prameks hanya melayani Yogyakarta-Kutoarjo.





Gambar 16. Peta Lokasi Stasiun Kereta Api di Kota Surakarta



Gambar 17. Rute KRL Solo – Yogyakarta

- **Stasiun Solo Balapan**

Stasiun Balapan merupakan stasiun kereta api tertua dan terbesar di Surakarta. Lokasinya berada di Jalan Wolter Monginsidi No. 112, Kestalan, Banjarsari, Surakarta. Stasiun ini terletak di jalur kereta api yang menghubungkan Kota Besar di Jawa seperti Bandung, Jakarta, Surabaya, dan Semarang. Stasiun ini merupakan stasiun kereta api terbesar di Surakarta dan Jawa Tengah bagian selatan. Stasiun ini melayani KA kelas eksekutif, bisnis, sebagian kecil kelas ekonomi, dan lokal/komuter. Berikut ini adalah jadwal kereta api penumpang yang berhenti di Stasiun Solo Balapan per 1 September 2018 (revisi Gapeka 2017).

Tabel 31. Jadwal Kereta Api di Stasiun Solo Balapan per2018

KA	Tujuan	Kelas	Tiba	Berangkat
<b>Malabar</b>	Malang Kotabaru (ML)	Eksekutif, Bisnis, & Ekonomi AC	00.52	00.57
<b>Bima</b>	Surabaya Gubeng (SGU) bersambung Malang Kotabaru (ML)	Eksekutif Satwa	01.39	01.44
<b>Mutiara Selatan</b>	Surabaya Gubeng (SGU) bersambung Malang Kotabaru (ML)	Eksekutif & Bisnis	02.26	02.35
<b>Malioboro Ekspres</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Eksekutif & Ekonomi AC Plus	02.33	02.40
<b>Gajayana</b>	Malang Kotabaru (ML)	Eksekutif Satwa	02.47	02.55
<b>Lodaya</b>	Solo Balapan (SLO)	Eksekutif & Bisnis	03.58	-
<b>Turangga</b>	Surabaya Gubeng (SGU)	Eksekutif Satwa	04.17	04.24
<b>Argo Lawu</b>	Solo Balapan (SLO)	Eksekutif Argo	04.45	-
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Kutoarjo (KTA)	Komuter Ekonomi	-	05.10
<b>Kalijaga</b>	Semarang Poncol (SMC)	Lokal Ekonomi AC	-	05.20
<b>Argo Lawu Fakultatif(**)</b>	Solo Balapan (SLO)	Eksekutif Argo	05.55	-
<b>Joglokerto</b>	Purwokerto (PWT)	Ekonomi AC Plus	-	06.00
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	06.42	-
<b>Senja Utama Solo</b>	Solo Balapan (SLO)	Eksekutif & Ekonomi AC Premium	06.55	-
<b>Lodaya</b>	Bandung Hall (BD)	Eksekutif & Bisnis	-	07.10
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Komuter Ekonomi	-	07.20
<b>Sancaka</b>	Surabaya Gubeng (SGU)	Eksekutif & Ekonomi AC Plus	07.36	07.41
<b>Argo Lawu</b>	Jakarta Gambir (GMR)	Eksekutif Argo	-	08.00
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	08.30	-
<b>Solo Ekspres</b>	Kutoarjo (KTA)	Komuter Eksekutif	-	08.40
<b>Malioboro Ekspres</b>	Malang Kotabaru (ML)	Eksekutif & Ekonomi AC Plus	08.42	08.52

<b>KA</b>	<b>Tujuan</b>	<b>Kelas</b>	<b>Tiba</b>	<b>Berangkat</b>
<b>Argo Lawu Fakultatif**)</b>	Jakarta Gambir (GMR)	Eksekutif Argo	-	09.00
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Komuter Ekonomi	-	09.10
<b>Sidomukti*)</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Lokal Eksekutif & Ekonomi AC Premium	-	10.00
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	10.17	-
<b>Argo Wilis</b>	Bandung Hall (BD)	Eksekutif Argo	10.23	10.30
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Komuter Ekonomi	-	10.40
<b>Ranggajati</b>	Surabaya Gubeng (SGU) bersambung Jember (JR)	Eksekutif, Bisnis(, & Ekonomi AC Plus)	10.47	10.52
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	11.12	-
<b>Kalijaga</b>	Solo Balapan (SLO)	Lokal Ekonomi AC	11.44	-
<b>Sancaka</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Eksekutif & Ekonomi AC Plus	11.47	11.53
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	11.58	-
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Kutoarjo (KTA)	Komuter Ekonomi	-	12.15
<b>Sidomukti*)</b>	Solo Balapan (SLO)	Lokal Eksekutif & Ekonomi AC Premium	12.48	-
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Komuter Ekonomi	-	13.05
<b>Solo Ekspres</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Eksekutif	13.19	-
<b>Ranggajati</b>	Cirebon Kejaksan (CN)	Eksekutif, Bisnis(, & Ekonomi AC Plus)	13.26	13.35
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	13.46	-
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Komuter Ekonomi	-	14.00
<b>Malioboro Ekspres</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Eksekutif & Ekonomi AC Plus	14.34	14.42
<b>Joglokerto</b>	Solo Balapan (SLO)	Ekonomi AC Plus	14.56	-
<b>Solo Ekspres</b>	Kutoarjo (KTA)	Komuter Eksekutif	-	15.40
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	15.54	-
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Kutoarjo (KTA)	Komuter Ekonomi	-	16.10
<b>Lodaya</b>	Solo Balapan (SLO)	Eksekutif & Bisnis	16.15	-
<b>Argo Dwipangga</b>	Solo Balapan (SLO)	Eksekutif Argo	16.35	-
<b>Argo Wilis</b>	Surabaya Gubeng (SGU)	Eksekutif Argo	16.46	16.51
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	17.18	-
<b>Sancaka</b>	Surabaya Gubeng (SGU)	Eksekutif & Ekonomi AC Plus	17.27	17.35
<b>Senja Utama Solo</b>	Jakarta Pasar Senen (PSE)	Eksekutif & Ekonomi AC Premium	-	17.30
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Komuter Ekonomi	-	18.00
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	18.18	-
<b>Argo Dwipangga Fakultatif**)</b>	Solo Balapan (SLO)	Eksekutif Argo	18.28	-
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Komuter Ekonomi	-	18.40

KA	Tujuan	Kelas	Tiba	Berangkat
Wijayakusuma	Surabaya Gubeng (SGU) bersambung Banyuwangi Baru (BW)	Eksekutif & Ekonomi AC Premium	19.05	19.17
Lodaya	Bandung Hall (BD)	Eksekutif & Bisnis	-	19.10
Jayakarta Premium	Jakarta Pasar Senen (PSE)	Ekonomi AC Premium	19.15	19.22
Gajayana	Jakarta Gambir (GMR)	Eksekutif Satwa	19.29	19.35
Argo Dwipangga	Jakarta Gambir (GMR)	Eksekutif Argo	-	20.00
Turangga	Bandung Hall (BD)	Eksekutif Satwa	20.27	20.32
Solo Ekspres	Solo Balapan (SLO)	Komuter Eksekutif	20.38	-
Bima	Jakarta Gambir (GMR)	Eksekutif Satwa	20.53	20.58
Prambanan Ekspres (Prameks)	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	21.17	-
Argo Dwipangga Fakultatif**)	Jakarta Gambir (GMR)	Eksekutif Argo	-	21.30
Sancaka	Yogyakarta Tugu (YK)	Eksekutif & Ekonomi AC Plus	21.35	21.45
Malioboro Ekspres	Malang Kotabaru (ML)	Eksekutif & Ekonomi AC Plus	21.37	21.42
Malabar	Bandung Hall (BD)	Eksekutif, Bisnis, & Ekonomi AC	22.31	22.36
Wijayakusuma	Cilacap (CP)	Eksekutif & Ekonomi AC Premium	22.52	23.00
Jayakarta Premium	Surabaya Gubeng (SGU)	Ekonomi AC Premium	23.00	23.10
Mutiara Selatan	Bandung Hall (BD)	Eksekutif & Bisnis	23.08	23.13

Sumber: BPPD

- **Stasiun Purwosari**

Stasiun ini merupakan stasiun percabangan jalur kereta api antara arah Surabaya dengan Wonogiri. Jalur yang menuju Surabaya termasuk jalur utama, sedangkan yang ke Wonogiri termasuk jalur lintas cabang. Sampai Stasiun Sangkrah, jalur sekunder tersebut termasuk unik karena menjadi salah satu jalur kereta api aktif di Indonesia yang berjejer/berdampingan dengan jalan raya.

Stasiun ini sekarang menjadi pemberhentian kereta api kelas ekonomi yang melewati jalur selatan setelah Stasiun Solo Jebres dijadikan cagar budaya oleh Pemerintah Surakarta dan hanya melayani kereta api dari arah timur yang menuju jalur utara (Semarang) maupun sebaliknya.

Tabel 32. Jadwal Kereta Api Jarak Jauh Stasiun Purwosari per2018

KA	Tujuan	Kelas	Tiba	Berangkat
Kahuripan	Blitar (BL)	Ekonomi AC	03.41	03.46
Prambanan Ekspres (Prameks)	Kutoarjo (KTA)	Komuter Ekonomi	05.15	05.17

<b>KA</b>	<b>Tujuan</b>	<b>Kelas</b>	<b>Tiba</b>	<b>Berangkat</b>
<b>Bathara Kresna</b>	Wonogiri (WNG)	Komuter Ekonomi AC	-	06.00
<b>Joglokerto</b>	Purwokerto (PWT)	Ekonomi AC Plus	06.05	06.08
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	06.35	06.37
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Komuter Ekonomi	07.25	07.27
<b>Sri Tanjung</b>	Surabaya Gubeng (SGU) bersambung Banyuwangi Baru (BW)	Ekonomi AC	07.49	07.55
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	08.22	08.25
<b>Solo Ekspres</b>	Kutoarjo (KTA)	Komuter Eksekutif	08.45	08.47
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Komuter Ekonomi	09.15	09.17
<b>Bathara Kresna</b>	Solo Purwosari (PWS)	Komuter Ekonomi AC	09.45	-
<b>Logawa</b>	Surabaya Gubeng (SGU) bersambung Jember (JR)	Ekonomi AC	09.46	09.51
<b>Bathara Kresna</b>	Wonogiri (WNG)	Komuter Ekonomi AC	-	10.00
<b>Sidomukti*)</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Lokal Eksekutif & Ekonomi AC Premium	10.05	10.08
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	10.10	10.12
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Komuter Ekonomi	10.45	10.47
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	11.05	11.07
<b>Singasari</b>	Jakarta Pasar Senen (PSE)	Ekonomi AC Plus	11.32	11.40
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	11.50	11.53
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Kutoarjo (KTA)	Komuter Ekonomi	12.20	12.22
<b>Sidomukti*)</b>	Solo Balapan (SLO)	Lokal Eksekutif & Ekonomi AC Premium	12.41	12.43
<b>Pasundan</b>	Bandung Kiaracondong (KAC)	Ekonomi AC	12.59	13.05
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Komuter Ekonomi	13.10	13.14
<b>Solo Ekspres</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Eksekutif	13.12	13.14
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	13.38	13.41
<b>Bathara Kresna</b>	Solo Purwosari (PWS)	Komuter Ekonomi AC	13.45	-
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Yogyakarta Tugu (YK)	Komuter Ekonomi	14.05	14.07
<b>Bengawan</b>	Jakarta Pasar Senen (PSE)	Ekonomi AC	-	14.30
<b>Joglokerto</b>	Solo Balapan (SLO)	Ekonomi AC Plus	14.49	14.51
<b>Logawa</b>	Purwokerto (PWT)	Ekonomi AC	15.23	15.28
<b>Pasundan</b>	Surabaya Gubeng (SGU)	Ekonomi AC	15.24	15.29
<b>Solo Ekspres</b>	Kutoarjo (KTA)	Komuter Eksekutif	15.45	15.48
<b>Prambanan Ekspres (Prameks)</b>	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	15.47	15.49



KA	Tujuan	Kelas	Tiba	Berangkat
Gaya Baru Malam Selatan	Jakarta Pasar Senen (PSE)	Ekonomi AC	16.03	16.08
Prambanan Ekspres (Prameks)	Kutoarjo (KTA)	Komuter Ekonomi	16.15	16.18
Kahuripan	Bandung Kiaracondong (KAC)	Ekonomi AC	17.06	17.15
Prambanan Ekspres (Prameks)	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	17.11	17.13
Jaka Tingkir	Jakarta Pasar Senen (PSE)	Ekonomi AC Plus	-	18.00
Prambanan Ekspres (Prameks)	Yogyakarta Tugu (YK)	Komuter Ekonomi	18.05	18.10
Prambanan Ekspres (Prameks)	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	18.11	18.13
Sri Tanjung	Yogyakarta Lempuyangan (LPN)	Ekonomi AC	18.30	18.35
Prambanan Ekspres (Prameks)	Yogyakarta Tugu (YK)	Komuter Ekonomi	18.45	18.47
Gaya Baru Malam Selatan	Surabaya Gubeng (SGU)	Ekonomi AC	20.18	20.26
Solo Ekspres	Solo Balapan (SLO)	Komuter Eksekutif	20.29	20.33
Bengawan	Solo Purwosari (PWS)	Ekonomi AC	20.40	-
Prambanan Ekspres (Prameks)	Solo Balapan (SLO)	Komuter Ekonomi	21.09	21.12
Jaka Tingkir	Solo Purwosari (PWS)	Ekonomi AC Plus	21.45	-
Singasari	Blitar (BL)	Ekonomi AC Plus	22.26	22.33

Sumber: BPPD

- **Stasiun Solo Jebres**

Stasiun Jebres dulunya dikenal Stasiun Solo Kraton atau Solo Kasunanan. Hal itu dikarenakan stasiun ini berada di bawah kekuasaan Kasunanan Surakarta saat era penjajahan Belanda. Letak stasiun ini berada di timur Jalan Urip Sumoharjo, tepatnya di Jalan Ledoksari No. 1, Purwadiningratan, Jebres, Kota Surakarta.

Sejak 1 Februari 2014, Stasiun Solo Jebres menyandang status sebagai Stasiun Sejarah. Stasiun yang berdiri sejak 1884 ini tak hanya menjadi pusat transportasi, namun juga merupakan cagar budaya kota Solo. Bangunan stasiun menampilkan konsep lama dan dilengkapi museum mini sejarah perkeretaapian tanah air. Di dekat stasiun ini terdapat sebuah terminal peti kemas yang kini tidak aktif.

Dulunya, Semua kereta api kelas ekonomi yang melintasi jalur Yogyakarta-Solo, Semarang-Solo, dan Solo-Madiun berhenti di stasiun ini. Tetapi setelah Stasiun Purwosari digunakan sebagai

perhentian kereta api jarak jauh sejak tahun 2013, stasiun ini hanya melayani kereta kelas ekonomi dari arah utara (Semarang) yang menuju arah timur maupun sebaliknya.

Kini Semua kereta api ekonomi dari arah Madiun dan Yogyakarta berhenti di Stasiun Purwosari. Terhitung Sejak 1 Oktober 2016 stasiun ini digunakan untuk pemberhentian kereta api dari dan menuju lintas Pantura via Gundih-Solo Balapan. Berikut ini adalah jadwal kereta api penumpang yang berhenti di Stasiun Solo Jebres per 1 September 2018 (revisi Gapeka 2017).

Tabel 33. Jadwal Kereta Api Jarak Jauh Stasiun Solo Jebres per 2018

KA	Tujuan	Kelas	Tiba	Berangkat
Matarmaja	Malang Kotabaru (ML)	Ekonomi AC	44	112
Majapahit	Jakarta Pasar Senen (PSE)	Ekonomi AC Plus	57	110
Brantas	Blitar (BL)	Ekonomi AC	247	308
Majapahit	Malang Kotabaru (ML)	Ekonomi AC Plus	316	330
Kahuripan	Bandung Kiaracondong (KAC)	Ekonomi AC	1650	1657
Brantas	Jakarta Pasar Senen (PSE)	Ekonomi AC	1811	1835
Wijayakusuma	Surabaya Gubeng (SGU) bersambung Banyuwangi Baru (BW)	Eksekutif & Ekonomi AC Premium	1922	1928
Bangunkarta	Jakarta Gambir (GMR)	Eksekutif Satwa	2000	2005
Bangunkarta	Surabaya Gubeng (SGU)	Eksekutif Satwa	2332	2337
Matarmaja	Jakarta Pasar Senen (PSE)	Ekonomi AC	2358	10

Sumber: BPPD

#### 5.3.4. Perbankan, ATM dan Money Changer

Aspek ekonomi sangat berperan dan berpengaruh pada kepariwisataan. Bagaimanapun, wisatawan membutuhkan uang sebagai alat transaksi untuk berwisata. Baik itu bertransportasi, membeli souvenir, membeli tiket, atau hanya sekedar mencari kuliner. Selain itu, banyaknya dan beragamnya pengguna atau nasabah dari setiap bank, kota yang memiliki banyak kepariwisataan sebisa mungkin memenuhi kebutuhan tersebut. Dalam hal ini, Kota Surakarta perlu memiliki beragam kantor cabang perbankan untuk mempermudah wisatawan dalam tarik tunai atau kegiatan transaksi lainnya. Berikut jumlah Lembaga keuangan Bank di Kota Surakarta.

Tabel 34. Jumlah Lembaga Keuangan di Kota Surakarta tahun 2021

Jenis Bank	Jumlah Bank
Bank Umum Pemerintah	84
Bank Umum Swasta	78
Bank Perkreditan (BPR)	37

Sumber: BPS Provinsi Jawa Tengah

Menurut BPS, untuk Provinsi Jawa Tengah jumlah bank umum pemerintah di Kota Surakarta tertinggi ke-3 setelah Kota Semarang dan Kabupaten Banyumas. Sedangkan untuk bank umum swasta, Kota Surakarta tertinggi ke-2 setelah Kota Semarang, Namun, untuk jumlah bank perkreditan berada di tingkat ke 22. Berikut perbankan yang tersebar di Kota Surakarta.

Tabel 35. Perbankan di Kota Surakarta

No.	Bank
1.	Bank Central Asia (BCA)
2.	Bank Rakyat Indonesia (BRI)
3.	Bank Negara Indonesia (BNI)
4.	Bank Syariah Indonesia (BSI)
5.	Bank Muamalat Indonesia
6.	Bank Maybank
7.	Bank Danamon
8.	Bank Mandiri
9.	Bank Jateng
10.	Bank Mega
11.	Bank Bukopin
12.	Bank International Indonesia
12.	Bank Woori Bersaudara
13.	Permata Bank
14	J Trust Bank KC Solo
15	Bank DKI
16	Bank ICB Bumiputera
17	Bank BJB
18	Bank Tabungan Negara (BTN)
19	CIMB Niaga

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kota Surakarta, terdapat 5 perusahaan *money changer*. Perusahaan tersebut biasanya memiliki beberapa outlet yang melayani konsumen. Outlet tersebut tersebar di beberapa wilayah Kota Surakarta. *money changer* yang tersebar di Kota Surakarta berdasarkan Dinas Pariwisata Kota Surakarta yaitu:

1. Valindo Money Changer
2. Golden Money Changer
3. PT. Desmonda

4. Money Changer Libra Sakti
5. Pas Numismatik

Tabel 36. Distribusi Jumlah ATM di Kota Surakarta

No.	Nama Bank	Jumlah	
		Unit	(%)
1	NISP	6	4,17
2	BII	6	4,17
3	Panin	3	2,08
4	Danamon	6	4,17
5	Bukopin	5	3,47
6	UOB	2	1,40
7	BRI	5	3,47
8	Permata	6	4,17
9	Niaga	7	4,86
10	BTN	3	2,08
11	Mega	2	1,40
12	Lippo	10	6,94
13	BNI	17	11,81
14	Mandiri BCA	17	11,81
15	Bank BPD Jateng	42	29,17
16	ABN Amro	1	0,69
17	Bank Ekonomi Raharjo	1	0,69
18	Bank Haga	1	0,69
19	Bank Maspion Indonesia	1	0,69
20	Bank Eksekutif	1	0,69
21	Bank Capital Indonesia	1	0,69
<b>Jumlah</b>		144	100,00

Sumber: BI Kota Surakarta dalam (Eviliyanto, 2014)

Pada tahun 2014 terdapat 144 ATM yang tersebar di Kota Surakarta. Pada tahun 2017 tercatat 1.376 mesin ATM yang ada di Kota Surakarta dan sekitarnya. Seiring tahun dan banyaknya pengguna bank dan ATM maka diperkirakan jumlah tersebut akan terus bertambah.

### 5.3.5. Travel Agent

Dalam usaha pengembangan pemasaran pariwisata Kota Surakarta, Dinas Pariwisata tidak bekerja sendiri melainkan dibantu oleh beberapa pihak selaku *stakeholder* baik kerjasawa internal maupun external. Contoh paling dekat adalah *travel agent*. Adanya *travel agent* berperan penting dalam memasarkan dan memberikan pelayanan kepada wisatawan yang baru saja berkunjung ke Kota Surakarta atau membutuhkan panduan wisata.

*Travel agent* merupakan salah satu stakeholder yang memiliki peran cukup penting dalam pemasaran pariwisata. Melalui panduan atau paket yang ditawarkan oleh travel agent, wisatawan dapat menikmati pariwisata Solo dengan lebih mudah dan nyaman. Selain itu, outputnya dapat menjadi suatu pemasaran dalam bentuk testimoni mulut ke mulut, orang ke orang dari para wisatawan.

*Travel agent*/biro pariwisata sempat mengalami penurunan peminat di tahun-tahun di mana terjadi wabah Covid-19 yang cukup tinggi. Selain dikarenakan penyebaran yang masif, pemerintah daerah dan pusat memberlakukan kebijakan pembatasan mobilitas yang menyebabkan menurunnya tingkat wisata antar daerah serta peminatan terhadap travel agent, kecuali di beberapa daerah yang terjamin akan protokolnya.

Namun, sejak akhir 2021 lalu, adanya vaksinasi dan berbagai kebijakannya telah membuat sebuah kelonggaran di dunia pariwisata. Persyaratan vaksin menjadi salah satu suatu jaminan seseorang dalam kondisi sehat karena telah diberi vaksin. Sehingga, hal tersebut menjadi titik optimis bagi para pengusaha travel agent terhadap minat wisata bersamaan dengan program vaksinasi Covid-19 untuk mengakhiri pandemi dan program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN).





Gambar 18. Infografis Promosi yang Menunjukkan Destinasi Wisata Serta Sarpras Penunjangnya

## BAB VI MONITORING DAN EVALUASI PEMASARAN PARIWISATA KOTA SURAKARTA

### 6.1. Target Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta

Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah tahun 2016 -2026 Pasal 2 ayat (1) ditegaskan bahwa Pemasaran Pariwisata merupakan salah satu komponen Pembangunan Kepariwisata selain Destinasi Pariwisata Daerah; Industri Pariwisata; dan Kelembagaan Kepariwisata. Pada bagian penjelasan dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan “Pembangunan Pemasaran Pariwisata” adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan produk wisata dan mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan kepariwisataan seluruh pemangku kepentingannya.

Untuk itu pemasaran yang efektif menjadi salah satu misi dari visi pembangunan pariwisata di Kota Surakarta sebagaimana tertuang dalam Visi Misi (Pasal 3). Visi pembangunan kepariwisataan daerah adalah terwujudnya daerah sebagai destinasi pariwisata unggulan baik nasional maupun internasional dengan mengedepankan nilai-nilai budaya, kearifan lokal dan kreativitas masyarakat menuju masyarakat mandiri, maju dan sejahtera. Pada pasal 4 huruf b dinyatakan bahwa pemasaran pariwisata diarahkan pada mengembangkan pemasaran pariwisata yang efektif, sinergis, dan bertanggungjawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara.

Arah Pembangunan Kepariwisata (pasal 7 huruf h dan i), pemasaran pariwisata diarahkan melalui:

- pengembangan pemasaran melalui komunitas dalam pemasaran pariwisata perkotaan yang kreatif;
- pengembangan pemasaran pariwisata terpadu dalam dan luar negeri.

Pada Pasal 34 dijelaskan bahwa Pembangunan Pemasaran Pariwisata meliputi:

- a. pengembangan pasar wisatawan;
- b. pengembangan citra pariwisata;
- c. pengembangan kemitraan Pemasaran Pariwisata; dan
- d. pengembangan promosi pariwisata.

Pada Pasal 35, arah kebijakan pengembangan pasar wisatawan diwujudkan dalam bentuk pemantapan segmen pasar wisatawan massal dan pengembangan segmen ceruk pasar untuk mengoptimalkan pengembangan Destinasi Pariwisata Daerah dalam dinamika pasar global. Sedangkan strategi untuk pemantapan segmen pasar wisatawan massal dan pengembangan segmen ceruk pasar (Pasal 36) meliputi:

- a. peningkatan pemasaran dan promosi untuk mendukung penciptaan Destinasi Pariwisata Daerah yang diprioritaskan;
- b. peningkatan akselerasi pemasaran dan promosi pada pasar utama, baru, dan berkembang;
- c. pengembangan pemasaran dan promosi untuk meningkatkan pertumbuhan segmen ceruk pasar;
- d. pengembangan promosi berbasis tema tertentu;
- e. peningkatan akselerasi pergerakan wisatawan di seluruh Destinasi Pariwisata Daerah; dan
- f. peningkatan intensifikasi pemasaran wisata MICE yang diselenggarakan oleh sektor lain.

Pada aspek Pengembangan Kemitraan Pemasaran Pariwisata (Pasal 39), arah kebijakan pengembangan kemitraan Pemasaran Pariwisata diwujudkan dalam bentuk pengembangan kemitraan pemasaran yang terpadu, sinergis, berkesinambungan dan berkelanjutan. Pada Pasal 40 dijelaskan bahwa strateginya dengan melakukan peningkatan:

- a. keterpaduan sinergis promosi antar pemangku kepentingan pariwisata;

- b. strategi pemasaran berbasis pada pemasaran yang bertanggung jawab, yang menekankan tanggung jawab terhadap masyarakat, sumber daya lingkungan dan wisatawan.

Penguatan Organisasi Kepariwisata juga menjadi aspek yang penting dikembangkan sebagaimana pasal 60 huruf c yaitu pengembangan dan penguatan Organisasi Kepariwisata yang menangani bidang Pemasaran Pariwisata. Pada ayat (3), strategi untuk pengembangan dan penguatan Organisasi Kepariwisata meliputi:

- a. penguatan struktur dan fungsi organisasi bidang pemasaran di tingkat Pemerintah Daerah;
- b. fasilitasi terbentuknya Badan Promosi Pariwisata Daerah; dan
- c. penguatan kemitraan antara Badan Promosi Pariwisata Daerah dan Pemerintah Daerah dalam Pembangunan Kepariwisata Daerah.

Selain beberapa strategi di atas, pemasaran pariwisata juga melalui penyelenggaraan penelitian dan pengembangan yang salah satunya diarahkan pada peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan pemasaran pariwisata (Pasal 67 huruf b).

Sasaran strategis Pembangunan Kepariwisata Daerah sampai dengan tahun 2026 dituangkan dalam sejumlah indikator penapaian sebagai berikut:

Tabel 37. Sasaran strategis Pembangunan Kepariwisata Daerah sampai dengan tahun 2026

No.	Indikator	Kondisi Tahun 2015	Satuan	Sampai dengan Tahun 2021		Sampai dengan Tahun 2026	
				Pesimis	Optimis	Pesimis	Optimis
1.	Kunjungan Wisatawan Nusantara	4.106.239	Orang	5.435.000	5.625.000	6.468.000	6.748.000
2.	Kunjungan Wisatawan Mancanegara	36.546	Orang	65.000	75.000	132.000	152.000
3.	Lama Tinggal Wisatawan Nusantara	1,42	Hari	1,5	1,7	1,8	2
4.	Lama Tinggal Wisatawan Mancanegara	1,9	Hari	2	2,2	2,3	2,5
5.	Pengeluaran Wisatawan Nusantara	1.479.165	Rupiah	1.887.831	1.982.222	2.409.403	2.529.874

No.	Indikator	Kondisi Tahun 2015	Satuan	Sampai dengan Tahun 2021		Sampai dengan Tahun 2026	
				Pesimis	Optimis	Pesimis	Optimis
6.	Penerimaan Devisa dari Wisatawan Mancanegara	160,59	US Dollar	195,36	203,17	237,66	247,16
7.	Produk Domestik Regional Bruto Sub Sektor Hotel dan Restoran	5,76	Persen	5,9	6	6,1	6,2

Sumber: Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Kota Surakarta Tahun 2016 -2026

## 6.2. Promosi dan Pemasaran Pariwisata yang Telah Diselenggarakan oleh Bidang Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta

### 6.2.1. Pengembangan Pasar Wisatawan

#### 1. Event yang diselenggarakan Kota Surakarta

Penyelenggaraan even pariwisata merupakan salah satu cara untuk perkenalan dan pemasaran pariwisata. *Event* yang telah diselenggarakan oleh Kota Surakarta dikategorikan menjadi *event* internasional dan even tradisional.

##### a. *Event* Modern

Di bawah ini merupakan beberapa *event* modern yang diselenggarakan di Kota Surakarta.

- 1) International Mask Festival (IMF) merupakan festival topeng yang mengusung konsep pertunjukkan seni topeng dan pameran kerajinan topeng bertaraf internasional yang diselenggarakan di Kota Solo, Jawa Tengah, sejak tahun 2014.



Gambar 19. Event International Mask Festival

- 2) Solo Batik Carnival merupakan parade kebudayaan terutama busana yang terbuat atau menggunakan unsur batik di jalan.



Parade ini diadakan di jalan utama Kota Solo, seperti salah satunya di Jalan Slamet Riyadi.



Gambar 20. Event Solo Batik Carnival

3) Solo International Performing Arts (SIPA) adalah sebuah ajang pergelaran seni budaya berskala international dengan materi berupa seni pertunjukan. Sedangkan pertunjukan yang dimaksud wilayah genre seninya mulai dari seni tari, seni musik, hingga seni teater dan atau tidak menutup kemungkinan melebar ke wilayah seni yang lain.



Gambar 21. Event Solo International Performing Arts

#### **b. Event Tradisional**

Event tradisional merupakan salah satu daya tarik yang dihadirkan oleh Kota Surakarta untuk ikut mengembangkan wisata di kota ini, events tersebut meliputi:

- 1) Peringatan hari jadi Kota Solo (*Solo City Anniversary*) yang dimeriahkan dengan berbagai festival seni dan budaya.



Gambar 22. Kirab Budaya dalam Rangka Hari Jadi Kota Solo

## 2) Grebeg Besar atau Idul Adha

Grebeg Besar merupakan upacara tahunan untuk memperingati perjalanan haji ke Mekah, juga disebut perayaan Idul Adha. Perayaan ini diselenggarakan di depan Masjid Agung Solo puncaknya terjadi saat hajat dalem gunung yang dibawa dalam prosesi dari Keraton Surakarta menuju Masjid Agung.



Gambar 23. Grebeg Besar Idul Adha

## 3) Tingalan Dalem Jumenengan Pakubuwono

Acara ini untuk memperingati hari naik tahta Pakubuwono sekaligus acara Wisuda sentono dalem dan abdi dalem. Acara tersebut dilengkapi dengan tarian “Beksan Bedhaya Ketawang”. Acara ini dimeriahkan dengan pameran kerajinan festival seni dan budaya serta pasar malam.



Gambar 24. Tingalan Dalem Jumenengan

- 4) Grebeg Pasar Idul Fitri Untuk memperingati Hari Raya Idul Fitri yang menarik adalah pada satu prosesi gunungan dari Kraton Surakarta ke Masjid Agung dan dibagikan kepada masyarakat.



Gambar 25. Gereb Besar Idul Fitri

- 5) Syawalan

Perayaan Syawalan dimulai satu hari setelah Idul Fitri, dilaksanakan di Taman Satwa Taru Jurug yang terletak di tepi Sungai Bengawan Solo. Ribuan orang yang menghadiri perayaan ini berebut untuk memperoleh ketupat yang dibagikan. Berbagai pertunjukan tradisional diselenggarakan seperti: pertunjukan dangdut, keroncong dan seni tradisional lainnya.

- 6) Solo Batik Carnival

Kota Surakarta dengan budayanya mempunyai berbagai macam warisan budaya dan hasil tradisi, salah satunya adalah batik. Untuk melestarikan, mengembangkan dan memperkenalkan batik kepada masyarakat luas, maka di Surakarta menyelenggarakan event tahunan bersekala besar yakni Solo Batik Carnival (SBC). SBC ini pertama kali digelar pada tahun 2008 dalam bentuk karnaval sepanjang jalan Slamet Riyadi. Pada tahun 2022, SBC digelar bersamaan dengan Kirab Budaya G20 pada 7 Juli 2022 pukul 15.00 wib dengan rute Stadion Sriwedari-Halaman Balaikota Surakarta. Acara ini selain dapat dilihat secara langsung di lokasi, namun juga dapat disaksikan melalui *streaming*.

- 7) Kirab Pusaka 1 Suro

Malam 1 sura dalam masyarakat Jawa adalah suatu perayaan tahun baru menurut kalender Jawa. Dalam perhitungan Jawa, malam 1 sura dimulai dari terbenamnya matahari pada hari terakhir bulan terakhir kalender Jawa (29/30 bulan Besar) sampai terbitnya sang matahari pada hari pertama bulan pertama tahun berikutnya.

Di lingkungan keraton Surakarta Hadiningrat upacara ini diperingati dengan kegiatan kirab mengelilingi beteng keraton. Dimulai dari kompleks Kemandungan Utara melalui gerbang Brojonolo kemudian mengitari seluruh kawasan keraton dengan arah berlawanan arah putaran jarum jam dan berakhir di halaman Kemandungan Utara. Dalam profesi pusaka keraton menjadi bagian utama pada barisan terdepan baru kemudian diikuti para pembesar keraton, kerabat dan jajaran keraton yang lengkap dengan pakaian keratonnya, dan akhirnya oleh masyarakat. Uniknya pada lapisan barisan terdepan ditempatkan pusaka yang berupa sekawanan kerbau albino yang diberi nama Kyai Slamet yang selalu menjadi pusat perhatian tersendiri bagi masyarakat.

Kirab Pusaka 1 Sura ini melibatkan sekitar 600 abdi dalem yang mengusung 13 pusaka Kraton Surakarta. Kirab dilakukan dengan membawa penerangan obor dan lampu ting mengelilingi kompleks Keraton melalui Gladag-Jl Jenderal Sudirman-Jl Mayor Kusmanto-Jl Kapten Mulyadi-Jl Veteran-Jl Yos Sudarso-Jl Slamet Riyadi-Gladag dan kembali ke kraton. Dari Pringgitan KGPAA Mangkunegaran IX, berjalan menuju teras Pendhapi Ageng untuk melepas empat pusaka. Sebelum diarak mengelilingi Pura Mangkunegaran yang diikuti oleh kerabat kerajaan serta masyarakat, pusaka tersebut dibasuh air terlebih dahulu. Setelah itu barulah saatnya kirab kerbau kyai slamet. Kirab itu sendiri berlangsung tengah malam, biasanya tepat tengah malam, tergantung kemauan dari kebo Kyai Slamet.

Sebab, adakalanya kebo keramat baru keluar dari kandang selepas pukul 01.00. Kirab pusaka ini sepenuhnya memang sangat tergantung pada kebo keramat Kyai Slamet. Jika saatnya tiba, biasanya tanpa harus digiring kawanan kebo bule akan berjalan dari kandangnya menuju halaman keraton. Maka, kirab pun dimulai. Kawanan kerbau keramat akan berada di barisan terdepan, mengawal pusaka keraton Kyai Slamet yang dibawa para abdi dalem keraton. Kerumunan orang pun menyemut dari keraton hingga di sepanjang perjalanan yang dilalui arak-arakan. Selama kirab berlangsung, Sinuhun Pakubuwono akan berdoa dengan bersemedi di dalam keraton.



Gambar 26 Kirab 1 Sura

Bagi masyarakat Solo, dan kota-kota di sekitarnya, seperti Karanganyar, Sragen, Boyolali, Klaten, Sukoharjo, dan Wonogiri, kebo bule Kyai Slamet bukan lagi sebagai hewan yang asing. Setiap malam 1 Sura menurut penanggalan Jawa, atau malam tanggal 1 Muharam menurut kalender Islam (Hijriah), sekawanan kebo keramat ini selalu dikirab, menjadi cucuk lampah sejumlah pusaka keraton.

Ritual kirab malam 1 Sura itu sendiri sangat ditunggu-tunggu masyarakat. Ribuan orang tumpah ruah di sekitar istana, juga di jalan-jalan yang akan dilalui kirab.

#### 8) Grebeg Sudiro

Grebeg Sudiro adalah suatu perayaan perpaduan dari masyarakat Tionghoa-Jawa. Kata grebeg sendiri merupakan tradisi khas Jawa untuk menyambut hari-hari khusus seperti:



Mulud (kelahiran Nabi Muhammad), Syawal (lebaran), Idul Adha, Suro (Tahun Baru Jawa). Puncak perayaan ini ialah saat perebutan hasil bumi, makanan, dll yang disusun membentuk gunung. Tradisi rebutan didasari oleh falsafah Jawa ora babah ora mamah yang artinya, jika tidak berusaha tidak makan. Sedangkan, bentuk gunung memiliki maksud dari masyarakat Jawa atas rasa syukur pada sang pencipta. Sudiroprajan adalah sebuah kelurahan di kecamatan Jebres di Kota Solo. Di kawasan ini warga Tionghoa sudah puluhan tahun menetap dan berdampingan dengan masyarakat Jawa. Seiring waktu, di antara kedua etnis ini terjadi perkawinan campuran dan menciptakan generasi baru. Untuk menunjukkan akulturasi ini mereka membuat tradisi baru, Grebeg Sudiro, yang diperingati 7 hari sebelum Imlek.



Gambar 27 Acara Budaya Grebeg Sudiro

#### 9) Sekaten dan Grebeg Maulud

Dalam perkembangannya, sekaten digunakan sebagai sarana penyebaran agama Islam oleh Walisongo, khususnya di Jawa Tengah. Penyebaran agama Islam ini melalui kesenian gamelan. Biasanya penyelenggaraan sekaten akan diikuti dengan kegiatan pasar malam selama sebulan penuh. Setelahnya akan diadakan Grebeg Maulud, yaitu berupa kirab gunung sebagai puncak acara. Pagelaran sekaten akan dilakukan dengan membunyikan gamelan yang diarak ke masjid hingga dikembalikan gamelan sebagai tanda berakhirnya sekaten. Di Solo, pagelaran ini akan berlangsung pada tanggal 5 sampai 12 Rabiul Awal. Setelahnya,

acara akan dilanjutkan dengan Tumplak wajik dan Grebeg Maulud. Tumplak Wajik Tumplak wajik dilakukan dua hari sebelum Grebeg Maulud di halaman Istana Magangan pada pukul 16.00.



Gambar 28 Acara Budaya Grebeg Maulid

Grebeg Maulud diadakan pada tanggal 12 Robiul Awal sebagai pucak sekaten. Tradisi ini grebeg berupa gunung yang terbuat dari beras ketan, buah-buahan, makanan, serta sayuran yang dibawa dari Istana Kemandungan ke Masjid Agung untuk didoakan. Setelah didoakan, gunung yang melambangkan kesejahteraan Kerajaan Mataram dibagikan ke masyarakat yang menganggap gunung ini membawa berkah.

Acara Grebeg Maulud Solo dimulai dengan acara arak-arakan 4 Gunung. Gunung ini berisi makan dan hasil bumi. Gunung diarak dari Komplek Keraton Surakarta menuju Masjid Agung Surakarta. Setelah sampai di masjid, dua Gunung Jaler diletakkan di halaman masjid, sedangkan dua Gunung Estri dibawa kembali ke halaman Keraton Kasunanan Surakarta untuk warga yang ada disana.

## 2. Kalender Event (*Calender Event*)

Surakarta setiap tahunnya memiliki event-event yang rutin diagendakan, baik itu event kecil maupun besar, baik itu event nasional maupun internasional. Event yang dilaksanakan sangatlah beragam yang menunjang pemasaran pariwisata Kota Surakarta. Beberapa event yang diselenggarakan telah dicantumkan di beberapa panduan kepariwisataan Kota Surakarta salah satunya *calendar event*. Event yang dilaksanakan sangatlah beragam yang menunjang pemasaran

pariwisata Kota Surakarta. Berikut beberapa event yang tercantum di kalender event Kota Surakarta dalam 5 tahun terakhir.

Tabel 38. Kalender Event Modern Tahun 2017-2021

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
1.	<b>75 Drum Merdeka</b>	-	-	-	Ahad, 23 Agustus 2020 07.00 -08.30 wib Venue : Area Solo Car Free Day.	-
2.	<b>Apresiasi Musik Kabangsaan</b>	18 Agustus 2017 Venue: Benteng Vastenburg	18 Agustus 2018 Venue: Benteng Vastenburg	-	-	-
3.	<b>BUMN Great Sale</b> Merupakan event Pameran Binaan BUMN, Kementerian terkait dengan UKM, Industri kecil, potensi industri kreatif daerah.	-	-	-	Kamis - Minggu, 13 - 16 Februari 2020 06.00 wib – selesai Venue: Solo Paragon Mall	-
4.	<b>Bengawan Travel Mart</b>	25-27 Agustus 2017 Venue: beberapa hotel	16-18 Maret 2018 Venue: beberapa hotel	Ahad-Selasa, 17-19 Februari 2020 Venue: Beberapa hotel	-	-
5.	<b>Bintang Radio</b>	-	-	-	Jumat, 11 September 2020 Venue: RRI Surakarta	-
6.	<b>Computer EXPO</b>	19-23 Juli 2017 Venue: Diamond Convention Center	30 Juni – 4 Juli 2018 Venue: Diamond Convention Center	-	-	-
7.	<b>Computer Bazaar</b>	-	3-7 Februari 2019 Venue: Diamond Convention Center	-	-	-
8.	<b>Ekraf Mart</b>	-	-	-	-	Jumat-Sabtu, 2-3 Juli 2021 09.00 WIB-21.00 WIB Venue: Pendhapi Gedhe Balaikota Surakarta

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
9.	<b>Festival Film Merdeka</b>	-	-	Senin-Jum'at, 6-10 Agustus 2019 Venue: 5 Kecamatan dan Benteng Vastenburg	-	-
10.	<b>Final Tilawatil Qur'an</b>	-	-	-	Sabtu, 25 April 2020 19.00 wib – Selesai Venue : RRI Surakarta	-
11.	<b>Festival Imlek</b> Memeriahkan Tahun Baru Imlek dengan memasang ribuan lampion yang menghiasi sepanjang Jalan Jenderal Sudirman hingga Jalan Urip Sumoharjo.	22-28 Januari 2017 Venue: Kawasan Pasar Gedhe	1-28 Februari 2019 Venue: Kawasan Pasar Gedhe	Jum'at-Kamis, 1-28 Februari 2019 Venue: Kawasan Pasar Gedhe	Senin - Jumat, 20- 24 Januari 2020 15.00 – Selesai Venue : Kawasan Pasar Gedhe, Balaikota, Jenderal Sudirman	-
12.	<b>Festival Kolosal Musik</b>	-	24-25 Februari Benteng Vastenburg	-	-	-
13.	<b>Festival Payung Indonesia</b>	15-17 September 2017 Venue: Setiap Kelurahan	-	-	-	-
14.	<b>Festival Gema Jaringan Kota Pusaka Indonesia</b>	-	25 - 27 Oktober 2018 Venue: Kota Solo	-	-	-
15.	<b>Frame of Solo</b>	18 November 2017 Venue: Car Free Day, Kota Surakarta	-	-	-	-
16.	<b>Gelar Potensi Wisata Kampung Kota</b>	2-3 September 2017	-	-	-	-
17.	<b>Gebyar PAUD</b>	-	-	-	Kamis, 23 Juli 2019 Venue : Solo Zoo (Taman Satwa Taru Jurug)	-
18.	<b>HUT Kutha Sala</b>	-	-	-	-	Rabu, 17 Februari 2021 19.00 wib -selesai



**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
						Venue: Halaman Balaikota Surakarta
19.	<b>International Mask Festival (IMF)</b>	27 - 28 Oktober 2017 Venue: Istana Mangkunegaran	26 - 27 Oktober 2018 Venue: Benteng Vastenburg	-	Jumat-Sabtu, 19 - 20 Juni 2020 19.30 wib Venue: Pendhapi Gedhe Balaikota Surakarta	Jumat-Sabtu, 11-12 Juni 2021 19.30 WIB Venue: Pendhapi Gedhe Balaikota Surakarta
20.	<b>Indonesian Keris for The World</b> Penyelenggaraan pameran pusaka, lomba edukatif peragaan busana adat nusantara, dan penyerahan hibah keris para empu Museum Keris Nusantara untuk memperingati pengakuan UNESCO terhadap kebudayaan keris nusantara.	-	-	-	-	Selasa-Kamis, 23 - 25 November 2021 09.00 wib – Selesai Venue : Museum Keris Nusantara
21.	<b>International Art Camp</b>	-	8 - 16 Agustus 2018 Venue: Bentara Budaya Solo	-	Kamis, 30 Juli - 6 Agustus 2020 09.00 - 20.00 wib Venue: nDalem Djokusuman	-
22.	<b>Jambore Pemuda Surakarta</b>	-	25-27 Oktober 2018	-	-	Rabu, 27 Oktober 2021 19.00 wib – Selesai Venue : Pendapi Gedhe Balaikota Surakarta
23.	<b>Kreatif Anak Sekolah Solo (KREASSO)</b>	14-16 September 2017 Venue: Benteng Vastenburg	13 - 15 September 2018 Venue: Benteng Vastenburg	Jum;at-Ahad, 13-15 September 2019	Kamis - Sabtu, 17-19 September 2020 10.00 - 22.00 wib	-

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
				Venue: Benteng Vastenburg	Venue: Benteng Vastenburg	
24.	<b>Kejuaraan Shorinji Kempo Piala Walikota Surakarta Tingkat Jawa Tengah II</b>	-	9-11 Februari 2018 Venue: Balaikota Surakarta	Sabtu-Ahad, 22-23 Juni 2019 Venue: Pendhapi Gedhe Balaikota Surakarta	-	-
25.	<b>KOPAPDI</b>	-	11-15 Juli 2018 Venue: Hotel Alila	-	-	-
26.	<b>Konferensi Kota Batik Surakarta</b>	-	2 Oktober 2018 Venue: Kota Solo	-	-	-
27.	<b>Kampung Ramadhan</b> Memeriahkan bulan Ramadhan 1441 H dengan kegiatan Islami seperti bazar, lomba dan tabligh akbar memperingati Nuzulul Qur'an.	-	2 Juni 2018 Venue: Kauman dan Laweyan	Sabtu, 18 Mei 2019 20.00 wib – selesai Venue: Laweyan, Kauman, Jayengan	Jumat- Sabtu 8-16 Mei 2020 Venue : Laweyan, Kauman, Jayengan	-
28.	<b>Kejuaraan Karate antar Mahasiswa se-Asia Tenggara</b>	24-26 Maret 2017 Venue: GOR SRITEX Arena, Surakarta	-	-	-	-
29.	<b>Lomba Burung Berkicau Walikota Cup</b>	-	-	Ahad, 23 Juni 2019 Venue: Taman Balekambang	-	-
30.	<b>Museum Goes to Campus</b>	-	8-13 Oktober 2018 Venue: Auditorium UNS	-	-	-
31.	<b>Mangkunegaran Performing Art</b>	18-19 Maret 2017 10.00 wib – 22.00 wib Venue: Pura Mangkunegaran	16 - 17 Maret 2018 Venue: Pura Mangkunegaran	-	-	-
32.	<b>PnFest (Pendidikan Non Formal Festival)</b>	-	-	-	Sabtu - Senin, 10 - 12 Oktober 2020 19.00 wib – selesai	-

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
					Venue: Balaikota Surakarta	
33.	<b>Pameran Produk Unggulan Kelurahan</b> Produk yang dipasarkan diantaranya adalah batik, kerajinan, kuliner hingga potensi wisata.	-	21-24 Juni 2018 Venue: Solo Paragon Mall	Kamis-Ahad, 13-16 Juni 2019 Venue: Solo Paragon Mall	Kamis – Ahad, 4-7 Juni 2020 19.30 wib Venue: Solo Paragon Mall	-
34.	<b>Peringatan HUT Car Free Day</b>	Ahad, 21 Mei 2017 Venue: Jl. Slamet Riyadi Solo	15 Juli 2018 Venue: Solo Car Free Day	Ahad, 14 Juli 2019 Venue: Area Solo CFD	Ahad, 21 Juni 2020 06.00 wib Venue: Solo CFD	Ahad, 30 Mei 2021 06.00 WIB Venue : Solo CFD
35.	<b>Pemilihan Putra Putri Solo</b>	5 Agustus 2017 Venue: Balaikota Surakarta	4 Agustus 2018 Venue: Balaikota Surakarta	Sabtu, 3 Agustus 2019 Venue: Balaikota Surakarta	Sabtu, 8 Agustus 2020 19.30 wib Venue: Balaikota Surakarta	
36.	<b>Pawai Pembangunan</b>	18 Agustus 2017 Venue: Stadion Sriwedari, Balai Kota Surakarta	18 Agustus 2018 Venue< Sriwedari – Balaikota Surakarta	Ahad, 18 Agustus 2019 Venue: Staddon Sriwedari – Balaikota Surakarta	Selasa, 18 Agustus 2020 14.00 wib Venue : Jl Bhayangkara - Balaikota Surakarta	-
37.	<b>Perayaan Natal 2018 dan Tahun Baru Solo Zoo</b>	1 Januari 2017 Venue: Taman Satwa Taru Jurug	1 Januari 2018) Venue: Taman Satwa Taru Jurug	Selasa, 25 Desember-1 Januari 2019 Venue: Taman Satwa Taru Jurug	-	-
38.	<b>Pameran Otomotif</b>	-	-	-	Ahad- selasa, 6 -8 September 2020 09.00 iwb – selesai Venue : Balaikota Surakarta	-
39.	<b>Pasar Seni dan Budaya Taman Balekambang</b>	-	26 - 28 Oktober 2018 Venue: Taman Balekambang	-	Sabtu – Senin, 24 – 26 Oktober 2020 09.00-17.00 wib	Minggu-Selasa, 24 – 26 Oktober 2021 09.00-17.00 wib

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
					Venue: Taman Balekambang	Venue : Taman Balekambang
40.	<b>Pengajian Akbar, Dzikir dan Sholawat</b>	14 Oktober, 2017 Venue: Jl. Jend. Sudirman	22 September 2018 Venue: Balaikota Surakarta	Sabtu, 14 Sptember 2019 Venue: Balaikota Surakarta	Jumat, 4 September, 2020 19.30 wib – selesai Venue: Stadion Sriwedari	-
41.	<b>PORWASO (Pekan Olahraga Warga Solo)</b>	9 September 2018	-	Jum'at, 9 September 2019 Venue: Lapangan Kota Barat	-	Jumat-Sabtu, 10-11 September 2021 06.00 Venue: Lapangan Kota Barat
42.	<b>PESTA FILM SOLO</b> Pesta film Solo yang menyediakan ruang bagi komunitas lokal untuk menayangkan karya filmnya di skala nasional serta kegiatan temu komunitas yang membahas isu-isu perfilman.	11 - 13 Mei 2017 Teater Arena Taman Budaya	3-5 Mei 2018 Venue: Taman Budaya Surakarta	-	Kamis - Sabtu, 16 - 18 April 2020 19.00 iwib-selesai Venue : Teater Arena dan Wisma Teater Arena Taman Budaya Jawa Tengah	-
43.	<b>RUN 10 K</b>	-	-	Ahad, 28 Oktober 2019 Venue: Gapura Mahkuto – Balaikota Surakarta	-	-
44.	<b>Rock in Solo</b>	12 November 2017 Venue: Taman Hiburan Rakyat (THR) Sriwedari	-	-	-	-
45.	<b>Semarak Budaya Indonesia</b>	27-28 Juli 2017 Venue: Taman Balekambang	10-11 Mei 2018 Venue: taman Balekambang	Jum'at-Sabtu, 18-19 Oktober 2019 Venue: Taman Balekambang	Kamis - Jumat, 22 - 23 Oktober 2020 19.00 wib Venue : Taman Balekambang	Jumat-Sabtu, 22 - 23 Oktober 2021 19.00 wib Venue : Taman Balekambang

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
46.	<b>Solo Pet Expo</b>	17 September 2017 Venue: Taman Balekambang	23 September 2018 Venue: Solo Paragon Mall	Ahad, 22 September 2019 07.00 wib – selesai Venue: Solo Paragon Mall	Sabtu-Ahad, 19 - 20 September 2020 19.00 wib – selesai Venue: Solo Paragon Mall	-
47.	<b>Solo City Jazz</b>	28-30 September 2017 Venue: Benteng Vastenburg	29 - 30 September 2018 Venue: Benteng Vastenburg	Sabtu-Ahad, 29-30 September 2019 Venue: Benteng Vastenburg	Jumat - Sabtu, 25-26 September 2020 19.00 wib – selesai Venue: Benteng vastenburg	-
48.	<b>Solo Batik Fashion</b>	13-14 Oktober 2017 Venue: Balaikota Surakarta	12 – 13 Oktober 2018 Venue: Solo Paragon Mall	Rabu-Kamis, 2-3 Oktober 2019 Venue: Kampung Batik Laweyan	Sabtu - Ahad, 3 - 4 Oktober 2020 19.00 wib – selesai Venue: Balaikota Surakarta	-
49.	<b>Solo Great Sale</b>  Dalam rangka memeriahkan hari jadi Kota Solo. Berbagai pusat perbelanjaan, hotel, restoran dan tenant menawarkan diskon & insentif.	1-28 Februari 2017 Venue: Pusat Perbelanjaan Kota Surakarta	1-48 Februari 2018 Venue: Pusat Perbelanjaan	Jum'at-Kamis, 1-28 Februari 2019 Venue: Pusat Perbelanjaan	Sabtu - Sabtu, 1 - 29 Februari 2020 07.00-21.00 wib Venue : Shopping Center - Traditional Market Area	-
50.	<b>SIBFO Solo International</b> Meriahkan rangkaian acara pameran, fashionshow , talkshow dan produk ekonomi kreatif yang digelar untuk memperingati Hari Batik.	-	-	-	-	Jumat-Minggu, 1-3 Oktober 2021 09.00 wib - 21.00 wib Venue: Pendapi Gedhe Balaikota Surakarta
51.	<b>Solo Indonesia Culinary &amp; Craft Festival</b>	6-9 April 2017 08.30 wib – 20.00 wib	12-15 April 2018 Venue: Stadion Solo Manahan	Jum'at-Ahad, 5-8 April 2019	Kamis - Ahad, 9 - 12 April 2019 09.00 - 22.00 wib	Kamis-Minggu, 3-6 Juni 2021 10.00 wib-21.00 wib



**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
		Venue: Benteng Vastenburg		Venue: Benteng Vastenburg	Venue: Benteng Vastenburg	Venue: Halaman Benteng Vastenburg
52.	<b>Solo Batik Carnival</b>	14-15 Juli 2017 Venue: Stadion Sriwedari	11 - 15 Juli 2018 Venue: Sriwedari – Benteng Vastenburg	Jum’at-Ahad, 26-28 Juli 2019 Venue: Stadion Sriwedari – Benteng Vastenburg	Jumat-Ahad, 17 - 19 Juli 2020 14.00 wib Venue: Jl Bhayangkara - Balaikota Surakarta	-
53.	<b>Solo City Fun Rally</b> Gathering wisata keliling Kota Solo menggunakan mobil yang Banyak bertempel stiker dari berbagai jenis mobil, merk, tahun pembuatan.	1-26 Februari 2017	Ahad, 18 Februari 2018	-	Ahad, 9 Februari 2020 06.00 wib – selesai Venue : Keliling Kota Surakarta, start dari Hotel Horison Aziza	-
54.	<b>Solo Documentary Film Festival</b>	-	-	-	Rabu - Sabtu, 14 -17 Oktober Venue : Museum Keris Nusantara	-
55.	<b>Solo International Performing Art (SIPA)</b> SIPA sebagai salah satu pagelaran spektakuler dengan panggung yang megah selalu menampilkan beragam seni pertunjukan dari berbagai belahan dunia.	7-9 September 2017 Venue: Benteng Vastenburg	6-8 September 2018 Venue: Benteng Vastenburg	Kamis-Sabtu, 5-7 Setember 2019 Venue: Benteng Vastenburg	Kamis - Sabtu, 10-12 September 2020 19.00 wib – selesai Venue: Benteng Vastenburg	Kamis-Sabtu, 9-11 September 2021 19.00 wib-selesai Venue: Benteng Vastenburg
56.	<b>SIPAS SOLO OPEN</b> Kejuaraan panahan tradisional tingkat nasional diikuti oleh beberapa kategori usia dan level pertandingan	-	26 - 28 Oktober 2018 Venue: Benteng Vastenburg	Jum’at-Ahad, 6-12 Oktober 2019 Venue: Benteng Vastenburg	Senin – Ahad, 19 – 25 Oktober 2020 Venue: Benteng Vastenburg	-
57.	<b>Solo Run Open</b>	-	-	-	Ahad, 25 Oktober 2020 06.00 wib	-

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
	Kompetisi ini digelar dalam rangka memperingati Hari Sumpah Pemuda yang jatuh setiap tanggal 28 Oktober				Venue: Stadion Manahan-Balaikota Surakarta	
58.	<b>Solo Food &amp; Fashion Festival</b>	-	-	-	Kamis - Ahad, 2-5 Juli 2020 19.30 wib Venue: Halaman Vastenberg	-
59.	<b>Solo Menari</b> Menampilkan tari kidang yang ditarikan oleh ribuan penari untuk memperingati hari tari dunia.	29-30 April 2017 06.00 wib – 06.00 wib Venue: ISI Surakarta	29 Aril 2018 Venue: Solo Car Free Day	Senin, 29 April 2019 15.00 wib – selesai Venue: Benteng Vastenburg	Ahad, 12 April 2020 (15.00 wib – selesai) Venue: Stadion Sriwedari	Ahad, 11 April 2021 (15.00 wib-selesai) Venue: Halaman Balaikota Surakarta
60.	<b>Solo Car Free Night</b>	-	-	-	Selasa, 31 Desember 2020 21.00 wib – selesai Venue : Slamet Riyadi Fair - Jl Slamet Riyadi (namun dibatalkan)	-
61.	<b>Solo Enduro</b>	-	-	Jum'a-Sabtu, 9-10 Maret 2019 Venue: Kawasan Solo Tecnopark. Solo	-	-
62.	<b>Semarak Singo Barong</b>	6 -7 Oktober 2017 Venue: Benteng Vastenburg	26 - 27 September 2018 Venue: Benteng Vastenburg	Sabtu-Ahad, 14-15 September 2019 16.00 wib – seesai Benteng Vastenburg	Jumat - Sabtu, 4-5 September 2020 16.00 wib – selesai Venue: Benteng Vastenburg	-
63.	<b>Solo Paragon Scout Festival</b>	Sabtu-Minggu, 19-20 Agustus 2017	-	-	-	-

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
		Venue: Solo Paragon Mall				
64.	<b>Solo Investment Trade and Tourism Expo (SITTEX) dan Gebyar Produk Unggulan Nusantara</b>	27-30 Juli 2017 Venue: Solo Square/ Solo Paragaon Mall	-	-	-	-
65.	<b>Solo Trade Expo</b>	18-21 Mei 2017 Venue: Solo Square Mall	-	-	-	-
66.	<b>Solo International Gamelan Festival</b>	6 Mei 2017 19.00 wib Venue: Bneteng Vastenburg.	9 - 12 Agustus 2018 Venue: Benteng Vastenburg	Kamis-Jum'at, 23-24 Agustus 2019 19.00 wib – selesai Venue: Benteng Vastenburg	-	-
67.	<b>Solo is Solo</b> Program yang diadakan untuk menciptakan ikon atau destinasi wisata baru di Kota Solo.	28 Oktober Venue: Jl. Slamet Riyadi	28 Oktober 2018 Venue: Jl. Slamet Riyadi	-	-	-
68.	<b>Solo Photo Fest</b>	7-9 Nvember 2017 Venue: Taman Cerdas Surakarta	7-9 November 2018 Venue: Taman Cerdas Jeberes	-	-	-
69.	<b>Srawung Seni Sakral Internasional</b>	22 September 2017 Venue: Museum Radyapustaka	12 September 2018 Venue: Museum Radya Pustaka	Senin, 31 Agustus - 1 September 2019 19.00 wib – selesai Venue: Balikota Surakarta	Kamis, 20 Agustus 2020 (1 Suro 1954) 19.00 wib- selesai Venue: Balaikota Surakarta	-
70.	<b>UCLG Culture Forum</b>	-	21 - 23 November 2018 Venue: Balaikota Surakarta	-	-	-
71.	<b>Walikota Cup</b>	-	1 Juli 2018 Venue: Taman Balekambnag	-	-	-

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
72.	<b>Year-End Sale Computer Expo</b>	-	3 - 7 November 2018 Venue: Diamond Convention Center	-	-	-
	<b>Jumlah Event Modern</b>	<b>37</b>	<b>44</b>	<b>29</b>	<b>36</b>	<b>13</b>

Tabel 39. Calendar Event Tradisional Tahun 2017-2021

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
1.	<b>Pentas Wayang Kulit</b> Pagelaran wayang kulit yang diselenggarakan dalam rangka hari wayang dunia untuk melestarikan wayang kulit gaya Surakarta sebagai identitas kota.	-	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sabtu, 16 Februari 2019 (20.00 wib – Selesai)</li> <li>• Sabtu, 24 Agustus 2019</li> </ul> Venue : Pendapi Gedhe Balaikota Surakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sabtu, 29 Februari 2020 (20.00 wib – Selesai)</li> <li>• Sabtu, 29 Agustus 2020 (20.00 wib – selesai)</li> </ul> Venue : Pendapi Gedhe Balaikota Surakarta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sabtu, 13 Februari 2021 (20.00 wib- selesai)</li> <li>• Sabtu, 19 Juni 2021 (20.00 WIB – selesai)</li> <li>• Sabtu, 21 Agustus 2021 (20.00 wib) Sabtu, 6 November 2021 (20.00 WIB – Selesai)</li> </ul>
2.	<b>Festival Dalang Cilik</b> Festival ini diselenggarakan untu siswa SD dan SMP.	-	-	Rabu-Kamis, 6-7 Maret 2019 08.00 wib – selesai Venue: Pendapu Gedhe Balaikota Surakarta	Rabu - Kamis, 18-19 Maret 2020 08.00 WIB – selesai Venue : Pendapi Gedhe Balekota Surakarta	Selasa-Rabu, 23-24 Februari 2021 10.00-14.00 wib
3.	<b>Festival Wayang Bocah</b>	1-2 Juli 2017 Venue: Gedung Wayang Orang Sriwedari	5 - 6 Juli 2018 Venue: Gedung Wayang Orang Sriwedari	Selasa-Kamis, 2-022 Agustuss 2019 08.00 wib – selesai Venue: Gedung Wayang Orang Sriwedari	Selasa - Kamis, 21- 23 Juli 2020 08.00 wib Venue : Gedung Wayang Orang Sriwedari.	Selasa-Kamis, 20-22 Juli 2021 08.00 wib Venue : Gedung Wayang Orang Sriwedari
4.	<b>HUT Wayang Orang Sriwedari</b>	-	-	-	-	Sabtu, 10 Juli 2021 19.00 wib

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
						Venue : Gedung Wayang Orang Sriwedari
5.	<b>Opera Adeging Nagari Republik Indonesia</b>	-	-	-	Selasa, 18 Agustus 2020 19.30 wib – selesai Venue : Balaikota Surakarta	-
6.	<b>Festival Bocah Dolanan</b>	-	1 - 2 September 2018 Venue: Taman Sriwedari	Sabtu-Ahad, 12-13 Oktober 2019 16.00 wib – selesai (di CFD pukul 08.00 wib – selesai) Venue: Plasa Sriwedari	Sabtu - Ahad, 8-9 Agustus 2020 (Sabtu) 19.00 wib - selesai, (Ahad) 08.00 wib Venue: Open Stage Balekambang	Senin - Selasa, 9 - 10 Agustus 2021 15.00 wib Venue : Open Stage Balekambang
7.	<b>Kirab Malam 1 Suro</b> Kirab Pusaka yang digelar di Pura Mangkunegaran Solo. Para laki-laki mengenakan beskap hitam lengkap dengan jarik dan blangkon, sedangkan untuk para perempuan memakai kebaya hitam dan kain jarik sebagai bawahannya.	Kamis, 21 September 2017 Venue: Pura Mangkunegaran	11 September 2018 Venue: Keraton Surakarta Hadiningrat	Sabtu, 31 Agustus 2019 20.00 wib – 04.00 wib Venue: Keraton Surakarta Hadiningrat	1 Suro DAL 1954 ( 19 Agustus 2020) 23.00 wib Venue: Surakarta Hadiningrat Palace	Selasa, 10 Agustus 2021 23.00 wib Venue: Surakarta Hadiningrat Palace
8.	<b>Kirab Pusaka Dalem</b>	20/21 September 2017 Venue: Pura Mangkunegaran	11-12 September 2018 Venue: Pura Mangkunegaran	Sabtu, 31 Agustus 2019 Venue: Pura Mangkunegaran	19 Agustus 2020 19.00 wib Venue: Mangkunegaran Palace	Selasa, 10 Agustus 2021 19.00 WIB Venue : Mangkunegaran Palace
9.	<b>Kirab 1001 Keris</b>	-	-	Ahad, 15 September 2019 07.00 wib – selesai	Ahad, 9 Agustus 2020 07.00 wib – selesai	-



**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
				Venue: Museum Keris Nusantara	Venue : Start Lodji Gandrung, Finish Museum Keris Nusantara	
10.	<b>Pentas Seni Suran</b>	-	-	-	-	Sabtu, 4 September 2021 19.00 wib Venue : Pendapi Gedhe Balaikota Surakarta
11.	<b>Grebeg Maulud</b>	1 Desember 2017 Venue: Keraton Surakarta Hadiningrat	-	-	Kamis, 29 Oktober 2020 10.00 wib Venue: Kraton Surakarta Hadiningrat-Masjid Agung	-
12.	<b>Grebeg Sudiro</b> Event ini diadakan untuk menyongsong Tahun Baru Imlek	22 Januari 2017 Venue: Kawasan Pasar Gedhe	8-15 Februari 2018 Venue: Kawasan Pasar Gedhe	Jum'at-Selasa, 25 Januari – 5 Februari 2019 15.00 wib – selesai Venue: Kawasan Pasar Gedhe	Kamis - Jumat, 16-31 Januari 2020/ Puncak Acara Grebeg 19 Januari 2020 15.00 – Selesai Venue: Kawasan Pasar Gedhe	-
13.	<b>Grebeg Besar</b>	2 September 2017 Venue: Keraton Surakarta Hadiningrat	-	-	-	-
14.	<b>Grebeg Pasa</b>	Selasa, 27 Juni 2017 09.00 wib Venue: Keraton Surakarta - Masjid Agung	-	-	-	-
15.	<b>Gebyar Bakdan Ing Balekambang</b>	25 Juni - 2 Juli 2017 Venue: Taman Balekambang	15-17 Juni 2018 Venue: Taman Balekambang	Kamis – Ahad, 4-9 Juni 2019 Venue: Taman Balekambang	Minggu, 24 - 31 Mei 2020 20.00–selesai Venue: Taman Satwa Taru Jurug	Kamis-Minggu, 13-16 Mei 2021 20.00 – Selesai

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
					Jurug Zoo	Venue: Taman Balekambang
16.	<b>Bakdan Neng Solo</b> Acara ini diselenggarakan secara terbuka untuk menyambut tamu-tamu yang merayakan bakdan di Solo sekaligus guna memperkenalkan destinasi wisata bermuatan budaya kepada masyarakat.	28-30 Juni 2017 Venue: Benteng Vastenburg	18-20 Juni 2018 Venue: Benteng Vastenburg	Jumat-Ahad, 7-9 Juni 219 Venue: Benteng Vastenburg	Selasa -Kamis, 26-28 Mei 2020 19.30 wib Venue: Benteng Vastenburg	-
17.	<b>Balekambang Kumandang</b>	22 Oktober 2017 Venue: Taman Balekambang	11 November 2018 Venue: Taman Balekambang	Ahad, 24 November 2019 Venue: Taman Balekambang	Ahad, 8 November 2020 09.00 wib Venue: Taman Balekambang	Minggu, 14 November 2021 09.00 wib Venue : Taman Balekambang
18.	<b>Festival/Pekan Kebudayaan Jawa</b>	-	-	-	Kamis- Jumat, 3 - 4 September 2020 19.30 wib – selesai Venue: Ndalem Djokokusuman Gajahan	Sabtu-Minggu, 9-10 Oktober 2021 10.00 wib - 21.00 wib Venue : nDalem Djokokusuman Gajahan
19.	<b>Festival Hadrah</b>	Senin, 24 April 2017 15.00 wib - selesai Venue: Lapangan Kota Barat – Stadion Sriwedari	14 April 2018 Venue: Benteng Vastenburg	Sabtu, 13 April 2019 20.00 wib – selesai VenueL Benteng Vastenburg	Sabtu - Ahad, 21-22 Maret 2020 20.00 wib – selesai Venue: Halaman Balaikota Surakarta	-
20.	<b>Festival Keroncong</b>	21-22 Juli 2017 Venue: Benteng Vastenberg	20-21 Juli 2018 Venue: benteng Vastenburg	Jum'at-Sabtu, 26-27 Juli 2019 19.00 wib – selesai Venua: Balaikota Surakarta	Sabtu-Minggu, 10-11 Juli 2020 19.00 wib Venue: Balaikota Surakarta	• Sabtu-Minggu, 17-18 Juli 2021 19.00 wib Venue : Balaikota Surakarta

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
						<ul style="list-style-type: none"> <li>Ahad-Senin, 7-8 November 2021 07.00 wib – 09.00 wib Venue: Terminal Tirtonadi</li> </ul>
21.	<b>Pagelaran Wayang Kulit Sedalu Natas</b> Pagelaran Wayang Kulit Semalam Suntuk dalam rangka memperingati berdirinya Museum Radyapustaka.	-	-	-	-	Kamis, 28 Oktober 2021 20.00 wib – selesai Venue : Museum Radyapustaka
22.	<b>Semarak Jenang Solo</b> Kegiatan berbagi jenang kepada masyarakat yang diselenggarakan dalam rangkaian peringatan hari jadi Kota Solo.	17-19 Februari 2017 Venue: Kawasan Budaya Ngasopuro	-	-	Senin, 17 Februari 2020 10.00 WIB - selesai Venue : nDalem Djokusuman	-
23.	<b>Kirab Budaya Boyong Kedhaton</b>	18 Februari 2017 Venue: Jl. Smalet Riyadi – Balaikota Surakarta	-	-	Sabtu, 22 Februari 2020 19.00 wib – selesai Venue : Halaman Balaikota Surakarta	-
24.	<b>Kirab &amp; Opera Adegung Kutha Sala</b>  Kirab budaya ini dalam rangka perayaan HUT Kota Solo	Sabtu, 8 Februari 2017 Venue: depan Benteng Vastenburg Melibatkan 135 penari, 35 pemusik, sementara kirab Boyong Kedhaton melibatkan 755 orang.	18 Februari 2018 Venue: Jl. Slamet Riyadi – Balaikota Surakarta	Senin, 18 Februari 2019 14.00 wib – selesai Venue: Jl. Slamet Riyadi – Balaikota	-	-
25.	<b>Pekan Syawalan Jurug Solo Zoo</b>	25 Juni - 2 Juli 2017 07.30 - 17.00 wib	15-25 Juni 2018	Rabu-Ahad, 5-9 Juni 2019	Minggu - Senin, 24 Mei-1 Juni 2020	-

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
		Venue: Taman Satwa Taru Jurug Surakarta	Venue: Taman Satwa Taru Jurug	Venue: Taman Satwa Taru Jurug	20.00 wib-selesai Venue : Taman Balekambang	
26.	<b>Festival Kethoprak</b> Festival ini rutin diadakan setiap Hari Selasa pekan ke-4. Adapun event Kethopak yang diselenggarakan di Taman Balekambang rutin diadakan setiap Hari Sabtu malam.	7-8 Juli 2017 Venue: Taman Balekambang	7-8 Juli 2018 Venue: Taman Balekambang	Sabtu-Ahad, 6-7 Juli 2019 19.30 wib – selesai Venue: Taman Balekambang	Jumat - Sabtu, 26-27 Juni 2020 19.30 wib Venue: Teater Besar ISI Surakarta	-
27.	<b>Suro Bulan Kebudayaan</b>	Sabtu, 21 Oktober 2017 Venue: Kawasan Ngarso`puro Solo	11 Oktober 2018 Venue: Ngarso`puro	Senin, 30 September 2019 Venue: Pendhapi Gedhe Balaikota Surakarta	Sabtu, 19 September 2020 19.00 wib – selesai Venue: Pendapi Gedhe	-
28.	<b>Peringatan Maulud Nabi Muhammad</b>	12 Desember 2017 Venue: Masjid Agung Surakarta	8 Desember 2018 Venue: Masjid Agung Keraton Surakarta Hadiningrat	Sabtu, 23 November 2019 20.00 wib – selesai Venue: Masjid Agung Keraton Surakarta Hadiningrat	Sabtu, 14 November 2020 20.00 wib – selesai Venue: Masjid Agung Keraton Surakarta Hadiningrat	-
29.	<b>Haul Habib Ali Bin Muhammad Al Habsyi</b>	19-20 Januari 2017 Venue: Pasar Kliwon	• 8-9 Januari 2018 Venue: Pasar Kliwon • 29-30 Desember 2018 Venue: Pasar Kliwon	Selasa-Rabu, 17-18 Desember 2019 Venue: Masjid Riyadh	Ahad - Senin, 6-7 Desember 2020 06.00 wib – selesai Venue: Pasar Kliwon	-
30.	<b>Waisakha Puja Raya</b>	Sabtu, 3 Juni 2017 Venue: Candi Putih Vihara Dhamma Sundara Pucang Sawit	23 Juni 2018 Venue: Vihara Dhamma Sundara Pucang Sawit	Sabtu, 15 Juni 2019 18.00 wib – Selesai Venue: Candi Putih, Vihara Dhamma Sundra Pucang Sawit	Sabtu, 6 Juni 2020 19.30 wib Venue : Vihara Dhamma Sundhara	-
31.	<b>Jamasan Pusaka</b>	-	-	Kamis, 5 September 2019 09.00 wib – selesai	-	-

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
				Venue: Museum Keris Nusantara		
32.	<b>Sendratari Ramayana</b>	Jum'at 12 Mei 2017 Venue: Open Stage Taman Balekambang	-	-	-	-
33.	<b>Hari Wayang Dunia</b>	7-8 November 2017 Venue: Taman Cerdas Jebres	7-8 November 2018 Venue: ISI Solo	-	-	-
34.	<b>Sekaten</b>	2 Desember 2017 Venue: Keraton Surakarta Hadiningrat	-	-	-	-
35.	<b>Malem Selikuran</b>	Kamis-Jum'at, 15-16 Juni 2017 19.00 wib – selesai Venue: Keraton Surakarta, Masjid Agung Keraton Surakarta	-	-	-	-
36.	<b>Wilujeng Nagari Mahesa Lawung</b>	26 Januari 2017 Venue: Hutan Krendhawana Gondangrejo, Karanganyar	-	-	-	-
	<b>Jumlah Event Tradisional</b>	<b>26</b>	<b>18</b>	<b>21</b>	<b>24</b>	<b>13</b>
<b>Event Tradisional Rutinan</b>						
	<b>Ketoprak</b>	N/A	N/A	Setiap bulan	Setiap pekan	Setiap pekan
	<b>Wayang Kulit</b>			Setiap bulan	Setiap bulan	Setiap bulan
	<b>Wayang Orang</b>			N/A	N/A	3x sepekan
	<b>Sendratari Ramayana</b>			Setiap pekan	Setiap bulan	Setiap bulan
	<b>Event Budaya</b>			N/A	N/A	Sebulan sekali
	<b>Pekan Kerativitas (music, tari)</b>			Setiap bulan	N/A	N/A
	<b>Keroncong</b>			N/A	Setiap pekan	N/A



**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

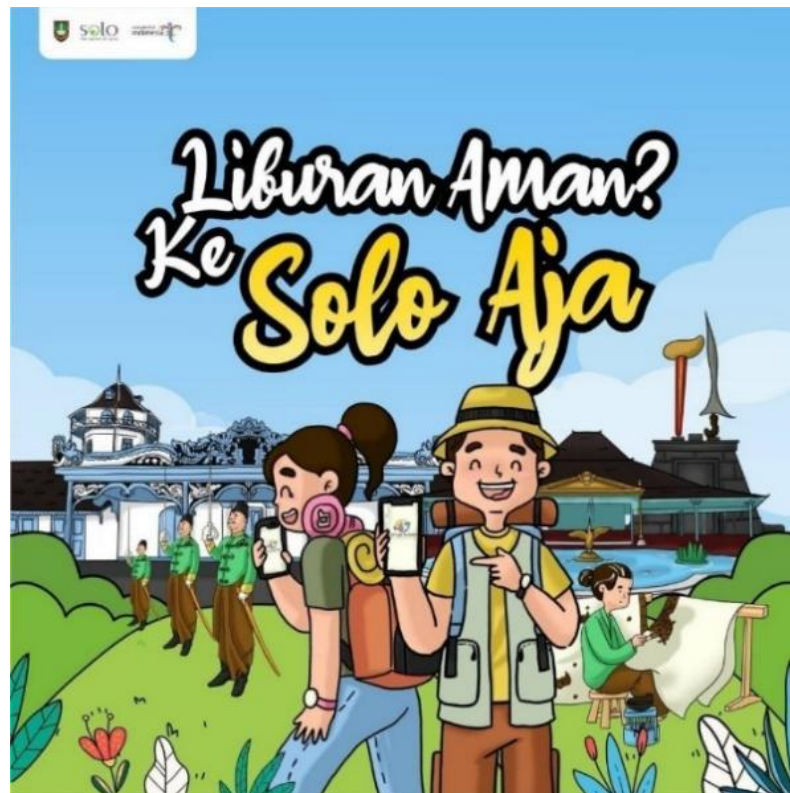
No	Event	2017	2018	2019	2020	2021
	<b>Gamelan</b>			N/A	Setiap pekan	N/A
	<b>Anggara Kasih</b>			3x sepekan	N/A	N/A

*Sumber: Calender Event 2021-2019 Kota Surakarta (tahun 2021-2017)*

## 6.2.2. Pengembangan Citra Pariwisata

### 1. Brand Image

“Solo The Spirit of Java” merupakan *brand image* untuk pariwisata Kota Solo. Dalam slogan itu menyatakan bahwa Solo merupakan “jiwa”-nya jawa, atau representasi dari jawa yang sebenarnya. Tahun 2010 menjadi tahun dimana Kota Surakarta mengoptimalkan brand tersebut. Branding “Solo The Spirit of Java” menginterpretasi kebudayaan jawa ke dalam beberapa aspek termasuk bangunan, tradisi, kuliner, peninggalan budaya dan sejarah, batik, bahasa dan corak bangunan, hingga sosial masyarakat. Sehingga, dengan adanya potensi kepariwisataan dan branding ini dapat membuat Kota Solo semakin dikenal oleh masyarakat luar.



Gambar 29. Pamflet Branding Kepariwisata Kota Surakarta

## 2. Souvenir/Marchandise



### 6.2.3. Pengembangan Kemitraan Pemasaran Pariwisata

#### 1. Pengembangan Paket-Paket dan Pola Kunjungan

Dalam menyukseskan program pemasaran pariwisata Kota Solo, Dinas Pariwisata dibantu dan didukung oleh pihak-pihak yang menjadi stakeholder baik itu internal ataupun eksternal. Salah satunya adalah ASITA atau *Association of the Indonesian Tour & Travel Agencies* (Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia) yang salah satu fungsinya adalah meningkatkan citra pariwisata.

Dalam meningkatkan citra pariwisata, salah satu caranya adalah memberikan pelayanan yang aman dan nyaman serta dengan biaya yang sepadan dengan pelayanan yang didapat oleh wisatawan, salah satunya dengan pengadaan paket wisata. Berikut adalah beberapa paket wisata yang dikelola oleh ASITA untuk wisatawan Kota Solo.

Tabel 40. Jenis Paket Wisata dan Fasilitas

No.	Paket Wisata	Harga & Fasilitas
1	One Day Tour Solo Jeep Adventure & Shopping	Rp 500.000,- dan Rp 600.000,- Fasilitas: Antar-jemput di hotel/stasiun/bandara Jeep Adventure Kemuning Shopping PGS/Kauman & Orion / Serabi Notosuman
2	Village Dinner	Rp 350.000,- Fasilitas: Welcome Music Lesung, Flowers Necklace, Javanese Herbs Drink, Ritual Dance Roro Blonyo, Selamatan, Reog Traditional Dance
3	Solo City Tour 2D1N	Rp 550.000,- Fasilitas: Transport, hotel bintang 2, P3K, konsumsi, entrance & parking fees
4	Paket Ndalem Tuti Tour	Rp 30.000,- - Rp 50.000,- Fasilitas: Memakai baju tradisional jawa ala desa, spot foto.
5	Solo Punya Cerita	Rp 1.420.000,- Fasilitas: Transport, konsumsi, tiket masuk objek wisata
6	LIBURAN 3D2N	Rp 2.000.000,- Fasilitas: Transportasi, Hotel bintang 5, Konsumsi, Biaya parkir, Souvenir, Mandarin Tour Guide
7	Solo Raya Heritage Cycling Tour	Rp 1.500.000,- Fasilitas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Armada pick up dan drop off Bandara – Hotel PP</li> <li>• Unit pengangkutan sepeda</li> <li>• Akomodasi selama 2 malam di lokasi strategis 3*** with breakfast / twin share base</li> <li>• 2 kali makan siang sesuai program perjalanan</li> <li>• Refreshment dan mineral water</li> <li>• Guide Cycling tour</li> </ul>
8	Paket Wisata Budaya	Rp 150.000,- - Rp 250.000,- Fasilitas: Transportasi, Konsumsi, Asuransi, Tiket, MMT
9	Private Trip Mount Lawu 3.265 Mdpl	Rp 1.199.000,- Fasilitas: Guide, porter, tiket, kaos, lampu teda matras foil, meja & kursi, kondumsi, sleeping bag, cultery set, p3k, HT, tenda toilet, basecamp, e-sertifikat
10	Private Trip Mount Merbabu 3.142 Mdpl	Rp 1.199.000,- Fasilitas: Guide, porter, tiket, kaos, lampu teda matras foil, meja & kursi, kondumsi, sleeping bag, cultery set, p3k, HT, tenda toilet, basecamp, e-sertifikat
11	Wisata Ziarex & Jeep Kemuning Tour	Rp 350.000,- Fasilitas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Transportasi Bus</li> <li>• Snack &amp; Air Mineral Utra 600ml</li> <li>• Makan pagi, siang &amp; malam sesuai itinerary</li> <li>• Tiket Masuk Obyek Wisata</li> <li>• Tour Leader</li> <li>• MMT (Banner) dan P3K</li> <li>• Driver + BBM + Retribusi Parkir</li> </ul>
12	Solo 3 Hari 2 Malam	Rp 1.420.000,- Fasilitas: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Transportasi LUXIO</li> <li>- Hotel 2 Malam di Hotel</li> <li>- Makan Sesuai Program Tour</li> <li>- Tiket Masuk Obyek Wisata</li> </ul>

No.	Paket Wisata	Harga & Fasilitas
		- Air Mineral Setiap Hari 1x - Driver cum Guide
13	EMA Workshop Tour New Normal to Solo 2021 Strategi Mestrukturisasi & Upaya Menghindari Kepailitan	Rp 5.550.000,- Fasilitas: 1. Transport Shuttle Elf / Hiace 2. Makan sesuai program ( 5x , MP = 2x MS = 2x MM = 1x ) 3. Akomodasi Hotel 4* atau setaraf 4. Tiket Obyek Wisata , Parkir , Tour Leader / TL , Sertifikat Seminar 5. EMA's Membership Gratis seumur hidup untuk Edukasi & Pelatihan sejenis yang diselenggarakan EMA Tour Edukasi 6. Spanduk , Foto kenang – kenangan bersama untuk setiap peserta 7. 7. Face Shield , Masker per orang 1 per Hari , Air Mineral 1 Botol per Hari
14	3D/2N SOLO RAYA The Homeland of Java Man	Rp 1.300.000,- Fasilitas: - Transpotasi - Menginap di Hotel Bintang 3, 2 Malam - Driver , Parkir, Toll - Tiket Masuk - Lokal Guide - Mineral Water - B 2x , L 2 X, D 2x - Snack Ringan Tiap Hari
15	Fun Outbond In Solo City Tour	Rp 295.000,- Fasilitas: • Transportasi Bus • Snack & Air Mineral Utra 600ml • Makan pagi, siang & malam sesuai itinerary • Tiket Masuk Obyek Wisata • Tour Leader • MMT (Banner) dan P3K • Driver + BBM + Retribusi Parkir
16	One Day Tour Solo Jeep Adventure & Shopping	Rp 400.000,- & Rp 500,000,- Fasilitas; 1. Transport sesuai jumlah peserta 2. Makan sesuai program 3. 1X snack 4. 2 botol air mineral 600ml 5. Guide berbahasa Indonesia 6. Tiket masuk obyek wisata 7. Jeep sesuai rute (1 Jeep isi 4 orang) 8. Biaya parkir

Sumber: ASITA

Dalam usaha pengembangan pemasaran pariwisata Kota Solo, Dinas Pariwisata tidak bekerja sendiri melainkan dibantu oleh beberapa pihak selaku *stakeholder* baik kerjasama internal maupun external. Contoh paling dekat adalah *travel agent*. Adanya travel agent berperan



penting dalam memasarkan dan memberikan pelayanan kepada wisatawan yang baru saja berkunjung ke Kota Solo atau membutuhkan panduan wisata. Lihat tabel 41.

Tabel 41. Daftar Travel Agent terdaftar ASITA

Tahun Terdaftar	Badan Pengelola Wisata
<b>Full Member</b>	
<b>&lt; 2017</b>	PT. Equator Mulia Tour & Travel
	Rosalia Indah Tour & Travel
	Mandira Tour & Travel
	Nusantara Tour & Travel
	Electra Tour & Travel
	Ayumi Tour & Travel
	Sinergi Tour & Event
	Madu Jaya Tour & Travel
	Karya Sentosa Tour & Travel
	Miki Tour & Travel
	Media Wisata Tour & Travel
	Vienna Tour & Travel
	Hiro Tour & Transport
	PT. Dewa Arystama Tour & Travel
	Bintang 9 Tour
	PT. Prasadam Agung Astayogya
	PT. Amanu Tour & Travel
	Hajar Aswad Tour & Travel
	<b>2017</b>
Smart Holiday Tour & Travel	
SAE Tour & Travel	
Korina Tour & Travel	
PT. Jendela Nusantara	
PT. Althaiba Brilliant Utama	
PT. Inaya Anugerah Sejati Tour & Travel	
PT. Rizma Purnama Almutazam	
PT. Excellent Golden Opportunity (EGO) Tour & Travel	
Spaktra Group Tour & Travel	
<b>2018</b>	Gava Holiday Tour & Travel
	Tuti Tour & Travel
	Mokaya Tour & Travel
	Mahendra Tour & Travel
<b>2019</b>	Beningmata Tour And Travel
	Dewi Lesmana Tour
	PT. Cahaya Rembulan dan Bintang
<b>2020</b>	PT. At-Tayyibah
	PT. Firdaus Mulia Abadi
<b>Associate Member</b>	
<b>1995</b>	SMK Jayawisata Surakarta
<b>2017</b>	LPK De Access

Sumber: ASITA

Mengacu pada tabel di atas, dapat diinterpretasikan bahwa jumlah *travel agent* di Kota Surakarta per tahun 2020 adalah sebanyak 39 *travel agent*.

## 2. Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta melalui Program *Business to Business*

Berikut merupakan program pemasaran pariwisata dengan konsep *business to business* oleh Dinas Pariwisata Kota Surakarta dengan melibatkan stakeholder dalam dan luar negeri. Adapun jabaran program selama 5 tahun adalah sebagai berikut.

Tabel 42. Kegiatan *Business to Business* dalam Kurun Waktu 5 Tahun

Tahun	Kegiatan	Keterangan	Jumlah
2021	<b>MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) Mart</b>	Rabu, 17 November 2021 Peserta: 21 seller serta 16 buyer MICE dari berbagai daerah antara lain, Jakarta, Surabaya, dan Yogyakarta.  MICE Mart 2021 bertujuan untuk membangkitkan pasar pariwisata pasca tingginya kasus Covid-19 sebelumnya sehingga dapat mendatangkan wisatawan di kota Solo. Pelaksanaan MICE Mart kali ini ditutup dengan <i>city tour</i> dengan mengunjungi daya tarik wisata: Rumah Atsiri Indonesia, Pasar Gedhe Harjonagoro, Karaton Kasunanan Surakarta Hadiningrat, Museum Batik Danar Hadi, Edupark UMS dan De Tjolomadoe.	1
2020	<b>Familiarity Trip (FamTrip) 2020</b>	10 Februari 2020 Peserta: 110 Travel Agent & Travel Operator yang berasal dari 20 provinsi di Indonesia dalam Jamuan makan siang dalam rangka Joglosemar Famtrip 2020. Venue: Ndalem Djoyokusuman Kegiatan ini bertujuan untuk mengintegrasikan 3 kota yaitu Jogja, Solo dan Semarang karena tempatnya yang bedekatan sehingga memungkinkan untuk para travel agent menciptakan paket-paket wisata. Dengan memperkenalkan kota Solo kepada Travel agent dan Travel operator dari 20 provinsi di Indonesia ini diharapkan dapat menambah wisatawan yang berkunjung ke kota Solo.	2
	<b>Familiarity Trip (FamTrip) 2020</b>	Agustus 2020 FamTrip kali ini bertujuan wisata pada Jelajah Pesona Karanganyar.	

Tahun	Kegiatan	Keterangan	Jumlah
		Peserta yang tergabung pada FamTrip ini yaitu Forum Pariwisata Soloraya dari SUBO SUKA WONOSRATEN ( Surakarta, Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen dan Klaten)	
2019	<b>Bengawan Solo Travel Mart (BTM)</b>	<p>17-19 Februari 2019.</p> <p>BTM merupakan ajang promosi pariwisata Kota Solo yang digelar rutin setiap tahun. Agenda utama berupa <i>bussines meeting</i> dengan mempertemukan <i>buyer</i> (pembeli) yang terdiri dari biro travel yang berpotensi menjual paket wisata destinasi Kota Solo, dan <i>seller</i> (penjual) sebagai penyedia jasa pariwisata seperti hotel, objek wisata, restoran, transportasi, oleh-oleh, serta tempat hiburan yang ada di Solo dan sekitarnya.</p> <p>Tahun 2019, konsep <i>business to business</i> yang dihadirkan yaitu <i>Business to Business</i> di kawasan Laweyan di Dalem Gondosuli.</p> <p>Peserta: 70 buyer dari Makassar, Bali, Jakarta, Bogor, Yogyakarta, Flores, Bojonegoro, Malang, Bandung, Semarang, Surabaya dan Lombok. 53 seller yang berfokus pada potensi Kota Solo dari hotel, destinasi wisata, transportasi, oleh-oleh, restoran, dan tempat hiburan.</p> <p>Agenda: Hari pertamaa, peserta akan diajak mengikuti Pesta Jenang di Plaza Sriwedari, dilanjutkan mengunjungi Museum Manusia Purba di Sangiran, Malamnya, peserta diajak menyaksikan Opera Kolosal Boyong Kedhaton di Pendhapi Gede Balai Kota Solo. Hari selanjutnya, pertemuan antara buyer dan seller. Dilanjutkan eksplor kereta api wisata Sepur Klutuk Jaladara. Kemudian malamnya gala dinner di museum batik House of Danarhadi. Sedangkan hari terakhir dilakukan kunjungan ke Rumah Atsiri Indonesia di Tawangmangu Kabupaten Karanganyar.</p>	6
	<b>Famtrip Historical Thailand 2019</b>	<p>8-13 Mei 2019</p> <p>Peserta: 12 pelaku industri pariwisata Negeri Gajah Putih Thailand.</p> <p>Peserta FamTrip diajak mengunjungi beberapa destinasi wisata kota Solo seperti, Keraton Kasusanan Surakarta, Keraton Mangkunegaran, Batik Danar Hadi, Pasar Triwindu.</p>	
	<b>Solo City Flashpacker Familiarity Trip (FamTrip) 2019</b>	<p>26-29 Juli 2019</p> <p>Kegiatan ini melibatkan 20 media, blogger, influencer dari Surakarta (2 orang), Semarang (2 orang), Yogyakarta (4 orang), Jakarta (8 orang), Surabaya (2 orang), Kuala Lumpur (3 orang), Singapura (1 oang).</p>	

Tahun	Kegiatan	Keterangan	Jumlah
		<p>Kegiatan ini diadakan untuk mempromosikan potensi wisata Kota Surakarta.</p> <p>Adapun yang dikunjungi seperti workshop batik di nDalem Gondosuli, Kampung Batik Lawean, Pasar Gede, Museum Batik Danarhadi, menyaksikan Solo Batik Carnival, Museum de Tjolomadoe, keliling Kota Solo menggunakan kereta uap Kluthuk Jaladara, serta menikmati beragam kuliner khas Solo.</p>	
	<b>Solo City Travel Familiarity Trip (FamTrip) 2019</b>	<p>3-6 September 2019</p> <p>Peserta: Melibatkan media dan influencer dari Yogyakarta (7 orang), Jakarta (3 orang), Kuala Lumpur (2 orang) dan Singapura (1 orang). Tujuannya, setelah mereka ulang dari kegiatan ini mereka dapat bercerita tentang apa yang mereka temui, kesan dan pesan selama menjadi wisatawan Kota Solo.</p> <p>Kegiatan ini diadakan untuk mempromosikan potensi wisata yang ada di Kota Surakarta.</p> <p>Adapun beberapa destinasi yang dikunjungi seperti Solo City Mural Street &amp; Keroncong Street Performances, Puro Mangkunegaran, explore di Pasar Gede, Tumurun Private Museum, , Kampung Batik Laweyan, sunset di Agra, Serabi Notosuman, Museum Keris, De Tjolomadoe, dan menyaksikan Solo International Performing Art (SIPA) 2019 di Benteng Vastenburg.</p> <p>Selain itu para peserta juga menikmati beragam kuliner Kota Solo.</p>	
	<b>MICE 2019 Mart</b>	<p>Rabu, 27 Agustus 2019</p> <p>Acara ini bertujuan mengoptimalkan potensi <i>meeting, incentive, conference, and exhibition</i>.</p> <p>Peserta merupakan buyer dari berbagai profesional organizer, mulai dari penyelenggara pertemuan (<i>professional conference organizer</i>), pelaku usaha pameran (<i>professional exhibition organizer</i>), dan biro perjalanan dari wilayah Jakarta, Bali, Surabaya dan Jawa Barat.</p> <p>Adapun jumlah buyer yaitu 28 orang dan seller sebanyak 39 orang.</p>	
	<b>Solo Night at Bali</b>	<p>Rabu, 10 Juli 2019</p> <p>Kegiatan ini diharapkan menjadi ajang pengembangan jaringan kerja sama promosi pariwisata kota Surakarta dengan Kota Denpasar.</p>	
<b>2018</b>	<b>MICE 2018 Mart</b>	<p>Diselenggarakan 13-15 November 2018</p> <p>Dihadiri oleh 28 buyer dan seller yang terdiri dari beberapa pelaku usaha (<i>site inspection, table top, welcome dinner, incentive trip</i>).</p>	1

Tahun	Kegiatan	Keterangan	Jumlah
2017	MICE 2017 Mart	Venue yang digunakan di ASTON Solo, diharapkan ASTON Solo bisa dikenal sebagai salah satu venue event MICE yang akan diselenggarakan nantinya. 22 – 24 November 2017 Setidaknya ada 20 PCO dan PEO pada event ini. Sebelumnya, tamu diajak keliling untuk melihat sejumlah hotel dan potensi pariwisata yang ada di Soloraya untuk memperkenalkan potensi MICE event di Solo. Mempertemukan antara seller dan buyer, sejumlah puluhan stakeholder pariwisata yang terdiri dari <i>Profesional Conference Organizer</i> (PCO) dan <i>Profesional Exhibition Organizer</i> (PEO) asal Jakarta diundang ke Solo untuk menghadiri kegiatan yang bertujuan mempromosikan potensi pariwisata dan sector MICE di Soloraya.	1

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Surakarta

Jika kegiatan *business to business* di atas dijumlahkan, maka pada tahun 2017 terdapat 1 kegiatan, 2018 terdapat 1 kegiatan, 2019 dengan 6 kegiatan, 2020 dengan 2 kegiatan dan 2021 dengan 1 kegiatan.



#### 6.2.4. Pengembangan Promosi Pariwisata

##### 1. Pembuatan booklet wisata

Booklet atau yang biasa disebut dengan buku panduan atau rujukan menjadi salah satu cara yang cukup efektif untuk membantu para wisatawan baik lokal maupun mancanegara untuk memberikan gambaran dan arahan terkait kepariwisataan baik itu objek destinasi, event, hingga mobilitas menuju destinasi yang akan dikunjungi.


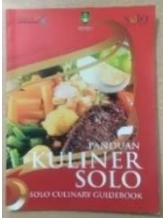



Beberapa penerapan booklet kepariwisataan Kota Solo adalah diterbitkannya booklet atau *pocket book* untuk *calendar event*.

Tabel 43. Kumpulan Booklet yang Telah diterbitkan selama 5 Tahun

Tahun	Calendar Event	Guide Book	Profil Pariwisata	Kajian	Jumlah
2021	 Calendar Event 2021	-	 Buku Profil Kota Solo	-	3



Tahun	Calendar Event	Guide Book	Profil Pariwisata	Kajian	Jumlah
			 <p>Booklet Profil Pariwisata Kota Solo</p>		
2020	 <p>Calendar Event 2020</p>	-	-	-	1
2019	 <p>Calendar Event 2019</p>	 <p>Solo Culinary Destination</p>	 <p>Solo &amp; Surroundings</p>  <p>Profil Pariwisata Surakarta</p>  <p>Solo City Map</p>	 <p>Infografis Analisis Pasar: Ceruk Pasar Wisata Kota Surakarta</p> <p>2019</p>  <p>Kajian Story Telling Destinasi Wisata</p>	7

Tahun	Calendar Event	Guide Book	Profil Pariwisata	Kajian	Jumlah
2018	 <p>Calendar Event 2018</p>	  <p>Culinary Guide Book</p>	-	-	3
2017	  <p>Calendar Event 2017</p>	-	-	-	1
<b>Jumlah</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>15</b>

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Surakarta

Berdasarkan data di atas, maka dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 hanya terdapat 1 booklet (*calendar event* digital), pada tahun 2018 terdapat 3 booklet (1 *calendar event* digital dan 2 jenis *culinary book*), pada tahun 2019 terdapat 7 booklet (*calendar event*, profil kuliner, profil kota solo, dan buku kajian kepariwisataan), pada tahun 2020 terdapat 1 booklet, dan pada tahun 2021 terdapat 3 booklet.

## 2. Pemanfaatan Sarana Media Sosial

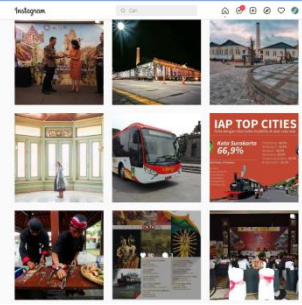
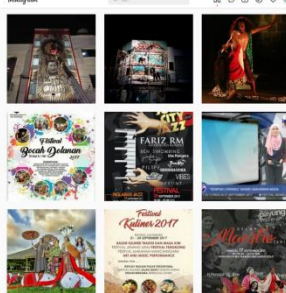

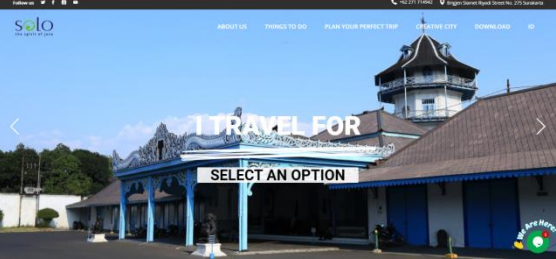
Media sosial saat ini menjadi wadah baru dalam menjangkau berbagai informasi, begitu juga dalam menyebarkan informasi dan promosi. Karena di era digital ini, *platform* digital lebih sering diakses dibandingkan dengan *platform* cetak atau fisik karena sifatnya yang selalu dalam genggam (*smartphone*). Terlebih, semakin

berkembangnya teknologi tidak hanya anak muda atau yang biasa disebut dengan ‘Generasi Z’ yang piawai menggunakan *gadget* dan mengakses berbagai informasi, namun juga orang tua bahkan anak-anak. Sehingga, usaha promosi melalui media sosial ini merupakan wadah dan sasaran baru dalam promosi kepariwisataan terutama pada masa pandemi Covid-19 di beberapa tahun belakangan di mana segala kegiatan lapangan banyak dihentikan dan semua disalurkan melalui media digital.

a) Media Sosial

Tabel 44. Pemasaran melalui Media Sosial Resmi Kota Surakarta

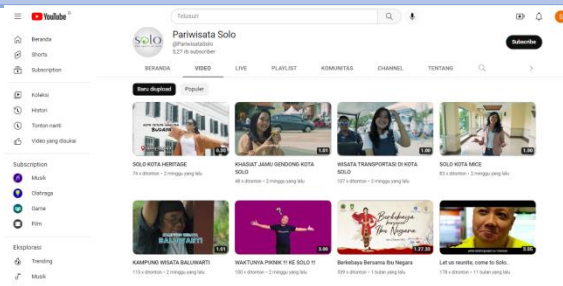
Tahun	Media Sosial
<p><b>Instagram</b></p> <p><b>2021</b></p>	 <p>Pada tahun 2021 mencapai 394 kiriman.</p>
<p><b>2020</b></p>	 <p>Pada tahun 2020 mencapai 280 kiriman</p>
<p><b>2019</b></p>	 <p>Pada tahun 2019 mencapai 456 kiriman</p>

Tahun	Media Sosial
2018	 <p data-bbox="670 577 1173 611">Pada tahun 2018 mencapai 405 kiriman</p>
2017	 <p data-bbox="678 925 1165 958">Pada tahun 2017 mencapai 69 kiriman</p>
Website	
2021 dan seterusnya	 <p data-bbox="790 1294 1053 1328"><i>pariwisatasolo.go.id</i></p>  <p data-bbox="829 1597 1013 1630"><i>solocity.travel</i></p> <p data-bbox="430 1635 1420 1825">Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Solo mengembangkan dan pengoptimalisasi 2 website aktif sebagai panduan pariwisata wisatawan lokal dan manca negara yaitu <i>pariwisatasolo.go.id</i> (website berbahasa indonesia untuk panduan wisatawan lokal) dan <i>solocity.travel</i> (website berbahasa inggris untuk panduan wisatawan mancanegara).</p>
Youtube	

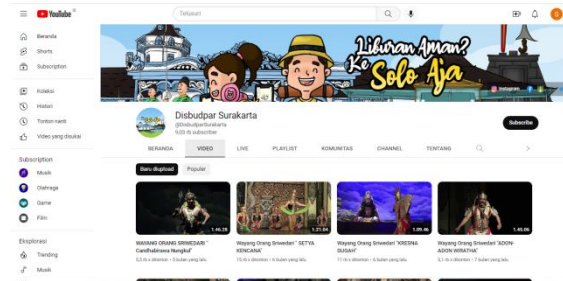


**Tahun Media Sosial**

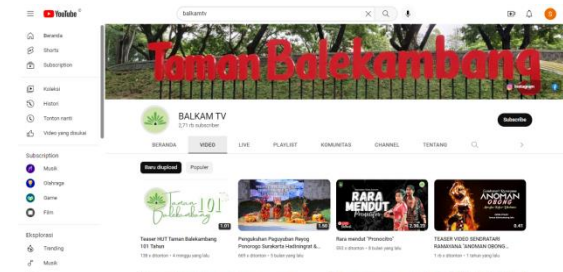
**2019, 2020, 2021**



Channel Youtube Pariwisata Solo



Channel Youtube Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Solo



Channel Youtube Balekambang TV

Pada tahun 2019 merilis channel Youtube dengan nama Pariwisata Solo dan Disbudpar, serta Balekambang TV ada tahun 2020 yang berisikan ragam pariwisata Kota Solo. Seperti kuliner, transportasi kota, kampung wisata, kethoprak Solo, dsb.

**Facebook**

**2017 dan seterusnya**



Pada tahun 2017, Dinas Pariwisata sudah menerbitkan laman facebook sebagai sumber informasi masyarakat luas. Informasi yang dibagikan seputar destinasi pariwisata, event, kuliner, lomba, dsb.

**Twitter**



Tahun	Media Sosial
2017 dan seterusnya	 <p>Pada tahun 2017, Dinas Pariwisata sudah membuat akun twttrer sebagai sumber informasi masyarakat luas. Informasi yang dibagikan rata-rata adalah event dan destinasi wisata.</p>
Lain-lain	
2021	<p style="text-align: center;"><b>Aplikasi Let's Go To Solo di <i>smartphone</i></b></p> 

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Surakarta

Jika media sosial resmi di atas dijumlahkan, maka pada tahun 2017 terdapat 3 optimalisasi media sosial (Facebook, Twitter, dan Instagram). Pada tahun 2018 masih sama yaitu 3 optimalisasi media sosial (Facebook, Twitter, dan Instagram). Pada tahun 2019, optimalisasi 5 media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan website). Pada tahun 2020 dan 2021 masih berlanjut dengan optimalisasi 5 media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan website) ditambah dengan program TIC online yaitu aplikasi “Let’s go to Solo”.

b) Pembuatan Ornamen Pemasaran *city branding*

Tabel 45. Pembuatan Video City Branding

Tahun	Produk
2021	<p>Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Solo melakukan program penguatan promosi melalui media cetak, elektronik dan media lainnya di dalam dan luar negeri. Pada tahun itu, terproduksilah beragam video promosi di antaranya:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Vlog Sport Tourism Kota Surakarta (1 paket video; durasi 1 menit)</li> <li>Vlog Spa dan Wisata Kesehatan Kota Surakarta (1 paket video, berdurasi 1 menit)</li> <li>Vlog Kuliner Sehat Kota Surakarta (1 paket video, berdurasi 1 menit)</li> <li>Video Iklan/TVC promosi pariwisata (1 paket video, tema “<i>wellness tourism</i>”, berdurasi 30 detik, tampilan berkonsep <i>beautyspot</i>).</li> </ol> <p>Program ini dilakukan setelah meledaknya pandemi Covid-19 di akhir tahun 2019-pertengahan tahun 2021 yang membuat fokus pariwisata di waktu selanjutnya lebih berfokus pada <i>well-being tourism</i> yaitu kepariwisataan dalam aspek kesehatan.</p> <p>Menerbitkan video dokumentasi berisikan gambaran kondisi Kota Solo dengan ragam atraksi dan destinasi pariwisatanya kemudian diproduksi ke dalam bentuk yaitu video branding (1 paket video berdurasi 30 detik sebanyak 2 buah <i>compact disc</i>) yang berjudul “<i>Liburan Aman? Ke Solo Aja</i>”.</p> <div data-bbox="775 1312 1066 1585" data-label="Image"> </div> <p>Penayangan di stasiun televisi Metro TV Lokal.</p> <p>Merilis video pemilihan Putra Putri Solo 2021 yang kemudian dikemas ke dalam <i>compact disc</i>.</p>

Tahun	Produk
	
2020	Dinas Pariwisata memproduksi video branding dengan durasi 30 detik sebanyak 2 buah.
2019	-
2018	Pada tahun 2018, Dinas Pariwisata melakukan pembuatan video feature dengan durasi 5-7 menit yang kemudian ditampilkan dalam 3 bahasa (Indonesia, Inggris, dan Mandarin). Adapun tema video yang diambil yaitu: <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Destinasi Kota Solo</li> <li>2. Solo sebagai Kota Layak Huni</li> <li>3. Solo sebagai MICE City</li> <li>4. Kuliner Solo</li> </ol>
2017	-

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Surakarta

Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2021, Dinas Pariwisata Kota Surakarta memproduksi 6 video. Pada tahun 2020, membuat 2 buah. Pada tahun 2019 tidak ada produksi sama sekali. Pada tahun 2018 memproduksi 1 video dan 2017 tidak memproduksi sama sekali.

c) Pemasaran di Media Massa

Untuk memasifkan promosi dan pemasaran pariwisata, salah satu langkah yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yaitu dengan menyantumkan iklan di beberapa media massa. Berikut beberapa jbaran platform media massa dan produk promosi yang dipasarkan.

Tabel 46. Promosi Kota Surakarta pada Media Massa

Tahun	Produk	Platform Media Massa	Keterangan	Jml
<b>2021</b>				
<b>Media Sosial (buzzer)</b>				
2021	Kiriman video	Instagram external; @agendasolo,	Tidak hanya media sosial yang dikelola akun lokal	30

<b>Tahun</b>	<b>Produk</b>	<b>Platform Media Massa</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Jml</b>
		@kabarsolo, @jogjaku, @ayodolan, @infokabarsemarang, @infosemarangterkini, @semarang.news, @diskonsolo, dsb.	Kota Surakarta, namun juga luar Kota Surakarta. Memperoleh rata-rata tontonan sebanyak 2.638 kali.	Post, 73.15 5 likes
	Banner online	Halaman Facebook Agenda SOLO	Memperoleh 263 suka, 116 dibagikan ulang.	
	Siaran Video	Channel Youtube Agenda Solo	Memperoleh 58 tontonan.	
	Video Wellness Tourism	@bandungtalk	Memperoleh tontonan	4.776
		@wisatamakassar	Memperoleh tontonan	1.237
		@shareofpost	Memperoleh tontonan	1.046
		@info_kaltim	Memperoleh tontonan	5.213
		@wisatajawa.timur	Memperoleh tontonan	1.273
		@dailypontianak	Memperoleh tontonan	3.201
	Video Culinary Tourism	@bandung24jam	Memperoleh tontonan	5.352
		@panoramasemarang	Memperoleh tontonan	2.218
		@cirebon.banget	Memperoleh tontonan	1.154
		@explorewisatasumut	Memperoleh tontonan	8.695
		@denpasar.viral	Memperoleh tontonan. Selain itu, terdapat komentar respon positif terhadap rasa penasaran mengunjungi Kota Solo.	5.705
		@palembang.gaul	Memperoleh tontonan	1.319
		@wonosobo_wisata	Memperoleh tontonan	1.766
		@madiunjajan	Memperoleh tontonan	2.338
		@batanginfo.id	Memperoleh tontonan	2.704
		@infobadung	Memperoleh tontonan	13.012
		@kalbar_info	Memperoleh 955 tontonan	
	@panoramakulonprog o	Memperoleh tontonan	3.830	

Tahun	Produk	Platform Media Massa	Keterangan	Jml
		@panorama.malang	Memperoleh tontonan	1.823
	Video Sport Tourism	@jeparakekinian	Memperoleh tontonan	2.579
<b>Instagram &amp; Facebook Ads</b>				
<b>2021</b>	Video <i>Wellness (Sport) Tourism</i>	Ads Postingan Instagram	<b>Meraih 201.103 penonton</b> , dengan detail: 66.885 (Jawa Tengah), 36.515 (Jawa Barat), 20.130 (Jawa Timur), 12.897 (Banten), 11.265 (Sumatera Utara), 9.569 (Lampung), 8.289 (Sulawesi Selatan), 7.649 (Jakarta), 6.849 (Sumatera Selatan), 5.504 (Kalimantan Barat), 5.344 (Bali), 5.056 (DI Yogyakarta), 4.096 (Kalimantan Timur) 1.056 (Bangka Belitung)	80 post, ≥465.498 penonton
	Video <i>Spa Wellness Tourism</i>	Ads Postingan Instagram	<b>Meraih 1.199 penonton</b> , dengan seluruhnya berasal dari Jawa Tengah.	
	Video Kuliner Sehat	Ads Preview Instagram	Meraih <b>115.881 penonton</b> , dengan detail: 48.227 (Jawa Tengah) 26.785 (Jawa Barat), 15.777 (Jawa Timur), 10.017 (Banten), 8.832 (Sumatera Utara), 11.969 (Lampung), 5.888 (Sulawesi Selatan), 4.704 (Jakarta), 9.152 (Sumatera Selatan), 6.592 (Kalimantan Barat), 1.406 (Bali), 3.840 (Kalimantan Timur), 1.920 (DI Yogyakarta) 768 (Bangka Belitung)	
	Penyusunan Solo Calendar of Event 2022	Ads Instagram	Meraih <b>147.279 pengguna</b> , dengan detail: 43.844 (Jawa Tengah), 23.842 (Jawa Barat), 20.642 (Jawa Timur), 8.865 (Banten), 8.801 (Lampung), 7.361 (Sumatera Utara) 6.209 (Sumatera Selatan)	



Tahun	Produk	Platform Media Massa	Keterangan	Jml
			8.289 (Sulawesi Selatan) 5.505 (Jakarta) 5.504 (Kalimantan Timur) 4.864 (DI Yogyakarta) 4.832 (Sulawesi Selatan) 4.352 (Kalimantan Barat) 2.208 (Bali) 864 (Bangka Belitung)	
	Paket video promosi	Instagram Ads	1 paket	
	Paket video promosi	Buzzer/akun instagram	35 unggahan	
<b>Media Cetak</b>				
2021	Media Cetak	Baliho Kota Yoyakarta		4 Iklan
	Media Cetak	Baliho di Kecamatan Kartasura, Kab. Sukoharjo		
	Media Cetak	Baliho di Laweyan, Kota Surakarta		
	Iklan di Media Koran	Jawa Pos Radar Jogja		
<b>Website</b>				
2021	Banner online	joglosemarnews.com, anekatempatwisata.com, solopos.com, dsb.		9 tayangan
	Siaran iklan video	Tribunjateng.com, pantura.tribunnews.com, jateng.tribunnews.com,	Judul "Solo Wellness Tourism, Wisata Sehat di Kota Solo"	
	Siaran iklan video	Tribunjogja.com, jateng.tribunnews.com, pantura.tribunnews.com	1 kali tayang	
<b>Radio</b>				
2021	Siaran radio	Solopos FM	45 kali siar.	45 siaran
<b>Siaran Televisi</b>				
2021	Siaran iklan video	Stasiun Televisi Metro TV	15 kali tayang.	120 tayangan
	Siaran iklan video	Metro TV Lokal Kalimantan Barat (program Kalbar Sepekan)	15 tayangan, masing-masing berdurasi 30 detik.	
	Siaran iklan video	Metro TV Lokal Kalimantan Selatan (program Kalsel Sepekan)	15 tayangan, masing-masing berdurasi 30 detik.	

Tahun	Produk	Platform Media Massa	Keterangan	Jml
	Siaran iklan video	Metro TV Lokal Jawa Barat (program Buletin Jabar)	15 tayangan, masing-masing berdurasi 30 detik.	
	Siaran iklan video	Metro TV Lokal Lampung (program Lampung Sepekan)	15 tayangan, masing-masing berdurasi 30 detik.	
	Siaran iklan video	Metro TV Lokal Jawa Timur (program Buletin Jatim)	15 tayangan, masing-masing berdurasi 30 detik.	
	Siaran iklan video	Metro TV Lokal Nusa Tenggara Timur (program NTT Sepekan)	15 tayangan, masing-masing berdurasi 30 detik.	
	Siaran iklan video	Metro TV Lokal Jawa Tengah dan DIY	15 tayangan, masing-masing berdurasi 30 detik.	
<b>Vidotron (oleh pemerintah daerah)</b>				
<b>2021</b>	Vidotron/D OOH	Layar Vidotron Jl. Laswi, Bandung	Ditayangkan sebanyak 49 kali, dengan rata-rata durasi 30 detik.	814 tayangan
	Vidotron/D OOH	Bandung	Ditayangkan sebanyak 180 kali	
	Vidotron/D OOH	Jl. Sudirman, Daerah Istimewa Yogyakarta	Ditayangkan sebanyak 135 kali	
	Vidotron/D OOH	Yogyakarta	Ditayangkan sebanyak 270 kali	
	Vidotron/D OOH	Jl. Pahlawan, Semarang, Jawa Tengah	Ditayangkan sebanyak 180 kali	
	Vidotron/D OOH	Semarang, Jawa Tengah		
<b>2020</b>				
<b>Media Sosial Instagram (buzzer)</b>				
	Feed instagram	63 media buzzer info, berita, dan pariwisata lokal yang tersebar di seluruh Indonesia	Masing-masing berdurasi tayang selama 14 hari.	64 post
	Tayangan Youtube	Youtube Beranda Jogja	Video dengan durasi tayang 14 hari	
<b>Website</b>				
<b>2020</b>	Penayangan Video Feature "Solo Kota MICE"	Medcom.id	Durasi 7 menit	
<b>Stasiun Televisi</b>				
<b>2020</b>	Penayangan Video <i>City Branding</i>	Metro TV Lokal Jawa Timur	20 kali tayang.	146 kali tayangan
		Metro TV Lokal Jawa Tengah dan DIY	20 kali tayang.	

Tahun	Produk	Platform Media Massa	Keterangan	Jml
		Metro TV Lokal Jawa Barat	20 kali tayang.	
		Metro TV Lokal Palembang	20 kali tayang.	
		Metro TV Lokal Lampung	20 kali tayang.	
		Metro TV Lokal Kupang	16 kali tayang.	
		Metro TV Lokal Pontianak	15 kali tayang.	
		Metro TV Lokal Pangkal Pinang	15 kali tayang.	
<b>2019</b>				
<b>Media Sosial Instagram (buzzer)</b>				
<b>2019</b>	Penayangan promosi pariwisata Kota Solo pada postingan akun media sosial instagram	Buzzer Jawa Timur, Jawa Tengah, Bali, Sulawesi Selatan, Jawa Barat, Kalimantan Timur, Lampung, Jakarta dan DIY	43 akun dengan total 86 postingan	161 post
	Penayangan promosi pariwisata Kota Solo pada instagram story.	Buzzer Jawa Timur, Jawa Tengah, Bali, Sulawesi Selatan, Jawa Barat, Jakarta dan DIY	15 akun dengan total 29 instagram story	
	Penayangan promosi pariwisata Kota Solo pada twitter buzzer	Buzzer Jawa Timur, Jawa Tengah, Bali, Jakarta dan DIY	15 akun dengan total 25 twit	
	Penayangan promosi pariwisata Kota Solo pada Facebook buzzer	Buzzer Jawa Timur, Jawa Tengah, Bali, Jakarta dan DIY	6 akun dengan total 17 postingan	
	Penayangan promosi pariwisata Kota Solo pada Youtube buzzer	Buzzer Jawa Timur, Bali, dan DIY	4 akun dengan total 4 postingan	

Tahun	Produk	Platform Media Massa	Keterangan	Jml
<b>Media Cetak</b>				
2019	Iklan di Media Koran	INFRAME	Promosi Solo Batik Carnival 2019 "Suvarnabhumi The Golden ASEAN"	
<b>Website</b>				
2019	Narasi berita	Website IDN Times		1 post
<b>Stasiun Televisi</b>				
2019	Siaran video filler pariwisata	Stasiun Televisi Metro TV (Jaringan Lokal Jawa Timur, Jawa Tengah & DIY, Jawa Barat, Sumatera Utara)	1 paket dengan durasi 30 detik.	4 tayangan
<b>2018</b>				
<b>Media Cetak</b>				
2018	Iklan event	Bali Map untuk United Kingdom	1 kali terbit	3 iklan
	Iklan event	Colour Magazine (Inflight Magazine Garuda)	1 lembar full page & full color	
	Iklan event	3 Sixty Indonesia (Inflight Magazine Air Asia)	1 lembar full page & full color	
<b>Stasiun televisi</b>				
2018	Penayangan TVC 30 detik	Stasiun televisi Metro TV Jaringan Lokal Kota: Surabaya, Semarang, Bandung, Palembang, Palangkaraya, Pontianak, Makassar	Durasi 30 detik dengan masing-masing 16 kali tayang	112 tayangan
<b>Rutin</b>				
Rutin	Pembuatan konten Solo versi masing-masing.	Instagram	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Paijo <a href="https://www.instagram.com/paijomilenial/">https://www.instagram.com/paijomilenial/</a></li> <li>• Toni Belok Kiri <a href="https://www.instagram.com/toni_belokkiri_official/">https://www.instagram.com/toni_belokkiri_official/</a></li> <li>• Andang <a href="https://www.tiktok.com/@widodo_redmii">https://www.tiktok.com/@widodo_redmii</a></li> <li>• Esa <a href="https://www.instagram.com/esa_hebat/">https://www.instagram.com/esa_hebat/</a></li> <li>• Topik <a href="https://www.tiktok.com/@topiksudirman">https://www.tiktok.com/@topiksudirman</a></li> <li>• Shasya <a href="https://www.instagram.com/shasyasassy/">https://www.instagram.com/shasyasassy/</a></li> </ul>	7 akun

Tahun	Produk	Platform Media Massa	Keterangan	Jml
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kunan <a href="https://www.tiktok.com/@kunans_">https://www.tiktok.com/@kunans_</a></li> </ul>	
<b>Rutin</b>	Postingan seputar solo	Instagram	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Event.Solo</li> <li>• Soloinfo</li> <li>• Beritasolo.id</li> <li>• Kabarsolo</li> <li>• Agendasolo</li> <li>• Jelajahsolo</li> <li>• Diskonsolo</li> <li>• Visitsurakarta</li> <li>• Solonyaman</li> <li>• Kotasolo_fp</li> </ul>	10 akun

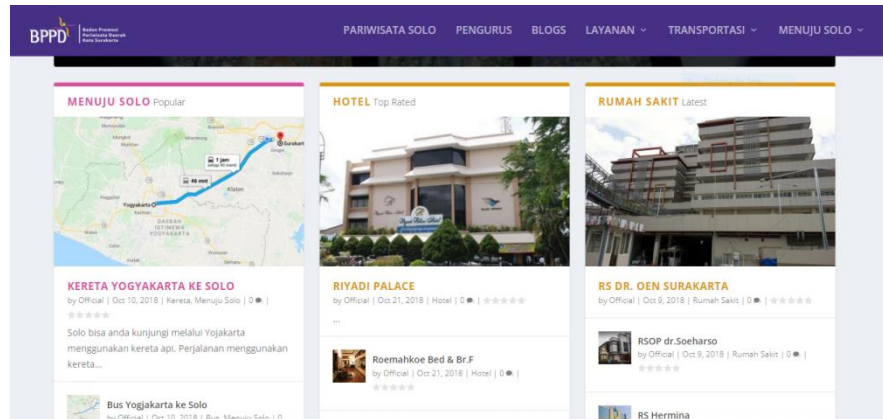
*Sumber: Dinas Pariwisata Kota Surakarta*

## 6.2.5. Penguatan Organisasi Kepariwisataan

### 1. Pengoptimalan peran Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pada Bab 10 bagian kedua pasal 43 disebutkan bahwa BPPD merupakan lembaga swasta dan bersifat mandiri. Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) Kota Surakarta ditetapkan oleh ditetapkan dengan Keputusan Gubernur/Bupati/Walikota. Adapun tugas dan fungsi BPPD yang strategis dalam meningkatkan citra kepariwisataan Kota Surakarta, meningkatkan kunjungan wisatawan baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara, melakukan riset untuk pengembangan usaha dan bisnis di Kota Surakarta serta memberi pertimbangan kepada Pemerintah Kota Surakarta dalam kebijakan pengembangan pariwisata khususnya terkait dengan aspek promosi kepariwisataan.



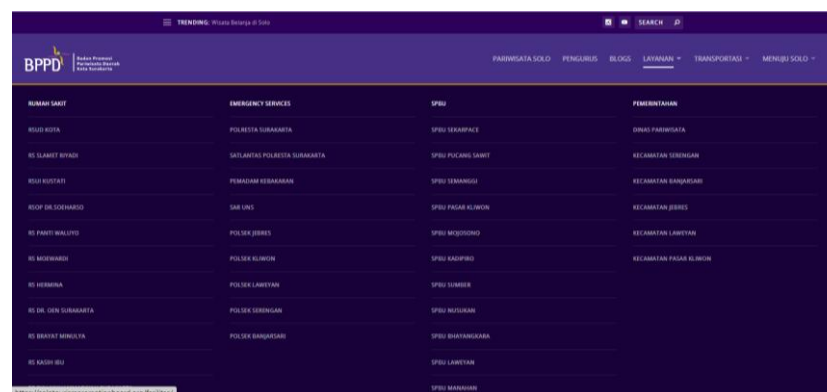


Gambar 30. Halaman Website Resmi Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD)

BPPD Kota didirikan pada tahun 2011 berdasarkan Keputusan Walikota Surakarta tahun 2021 tentang Pembentukan Badan Promosi Pariwisata Daerah Kota Surakarta.

Dalam mengoptimalkan citra dan informasi pariwisata Kota Surakarta, BPPD menampilkan website resminya yang di dalamnya mencantumkan beragam informasi terkait alternatif cara, layanan & fasilitas, transportasi yang dapat menunjang wisatawan ketika akan dan saat berwisata ke Kota Surakarta, hingga artikel terkait destinasi pariwisata.

Mulai dari layanan rumah sakit & aksesnya, layanan darurat & aksesnya, SPBU & lokasinya, serta informasi pemerintahan di tingkat daerah.



MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA KOTA SURAKARTA TAHUN 2022

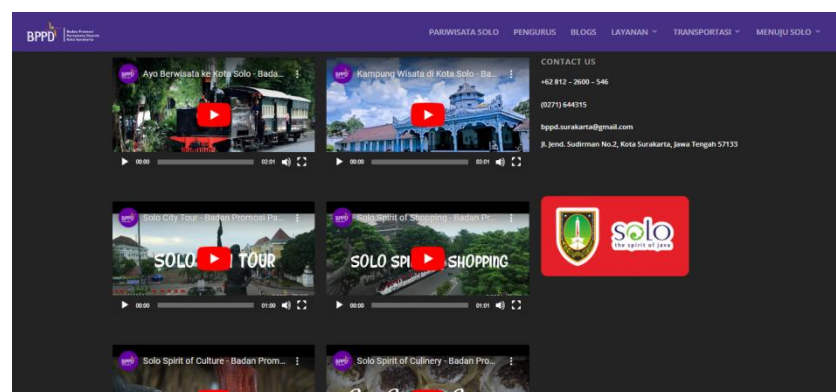
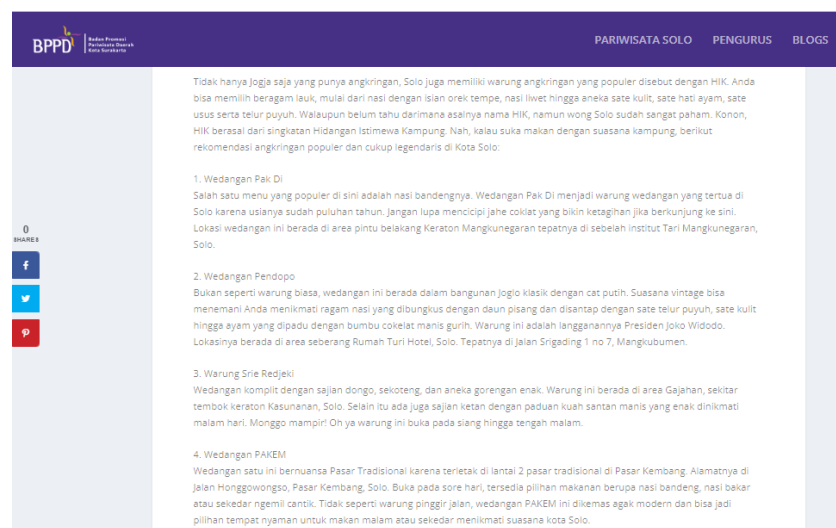
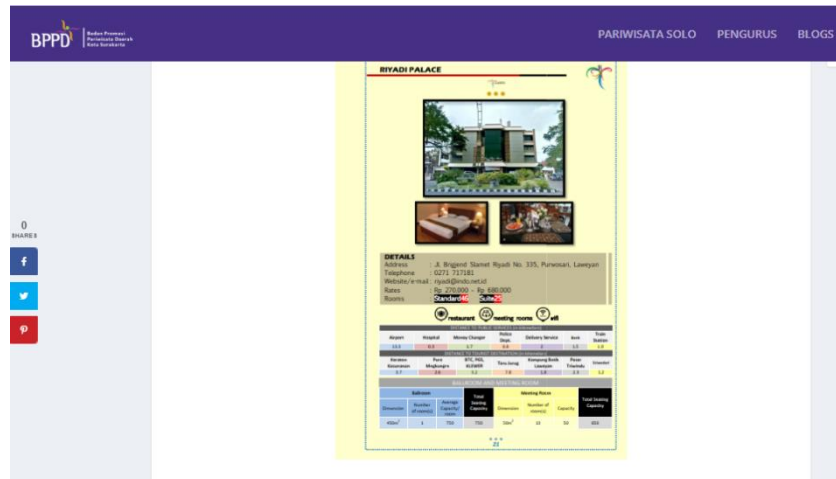
The screenshot shows the 'BATIK SOLO TRANS (BST)' page. It features a header with navigation links: PARIWISATA SOLO, PENGURUS, BLOGS, LAYANAN, TRANSPORTASI, and MENU SOLO. The main content includes a large image of a blue and yellow bus, a 'KATEGORI' dropdown menu, and a 'KATEGORI' section with a 'Select Category' dropdown. Below the bus image, there are sections for 'KATEGORI' and 'KATEGORI' with various options.

The screenshot shows the 'Stasiun Solo Balapan - Kelas Besar A' page. It features a header with navigation links: PARIWISATA SOLO, PENGURUS, BLOGS, LAYANAN, TRANSPORTASI, and MENU SOLO. The main content includes a large image of a train, a 'KATEGORI' dropdown menu, and a 'KATEGORI' section with a 'Select Category' dropdown. Below the train image, there are sections for 'KATEGORI' and 'KATEGORI' with various options.

Solo bisa anda kunjungi melalui Yogyakarta menggunakan kereta api. Perjalanan menggunakan kereta api telah dikenal lama sebagai perjalanan yang cukup cepat dan minim hambatan. Perjalanan anda menggunakan kereta api dari Jogja ke Solo rata-rata membutuhkan waktu sekitar 40-50 menit. Anda juga memiliki banyak pilihan kereta yang bervariasi.

Kereta dari Jogja ke Solo

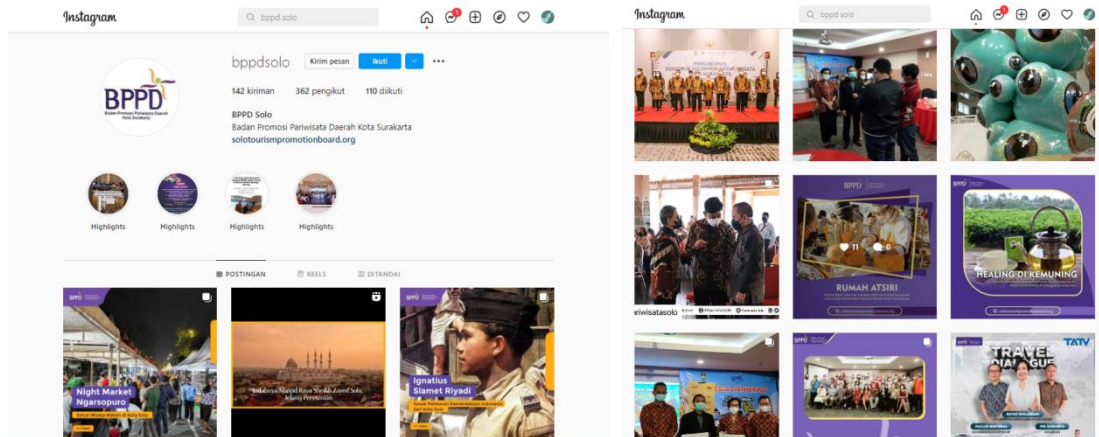
Nama Kereta	Kelas	Waktu Keberangkatan	Waktu Tiba	Durasi
Malabar	Ekonomi/Bisnis/Eksekutif	00:05	00:52	47m
Bima	Eksekutif	00:52	01:39	47m
Mutiara Selatan	Bisnis/Eksekutif	01:39	02:26	48m
Gajayana	Eksekutif	02:00	02:47	47m
Lodaya	Bisnis/Eksekutif	02:05	02:58	53m
Turangga	Eksekutif	03:30	04:17	47m
Argo Lawu	Eksekutif	03:53	04:45	52m
Senja Utama Solo	Ekonomi/Eksekutif	06:00	06:55	55m
Sancaka	Ekonomi/Eksekutif	06:45	07:36	51m
Maliboro Ekspres	Ekonomi/Executive	07:45	08:42	57m
Ranggajati	Bisnis/Executive	09:55	10:47	51m
Lodaya	Bisnis/Executive	15:20	16:15	55m
Argo Dwipangga	Eksekutif	15:44	16:35	51m
Argo Wilis	Eksekutif	16:00	16:46	46m
Sancaka	Ekonomi	16:40	17:27	47m



Gambar 31. Beragam Tampilan Informasi Sarana & Prasarana Pariwisata Kota Solo

Selain itu, untuk meningkatkan tingkat persebaran informasi dan promosi pariwisata Kota Surakarta, BPPD melalui akun instagram juga memberikan beragam informasi terkait hal tersebut. Terlebih, media sosial yang mudah dijangkau dan paling banyak digunakan sebagai

wadah informasi & hiburan di kalangan masyarakat saat ini, membuat pemasaran kepariwisataan Kota Surakarta lebih mudah dan luas serta lebih mudah juga diakses oleh masyarakat luas. Baik itu dalam bentuk foto, pamflet online, ataupun video.



Gambar 32. Halaman Instagram Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD)

## 2. Menjalin kerjasama dengan *stakeholder* internal dan eksternal

### Asosiasi Industri Pariwisata

1. ASITA Kota Surakarta (Association of The Indonesian Tours And Travel Agencies)
2. PHRI Kota Surakarta (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia)
3. BPPD Kota Surakarta (Badan Promosi Pariwisata Daerah)
4. POKDARWIS Kota Surakarta (Kelompok Sadar Wisata)
5. MASATA Kota Surakarta (Masyarakat Sadar Wisata)
6. GenPI Soloraya (Generasi Pesona Indonesia)
7. ASPPI Kota Surakarta (Asosiasi Pelaku Pariwisata Indonesia)
8. IGHO Kota Surakarta (Ikatan Guest House dan Homestay)
9. HPI Kota Surakarta (Himpunan Pramuwisata Indonesia)
10. Paguyuban Putra Putri Solo (Duta Wisata Kota Surakarta)

Tabel 47. Organisasi Pengelola Daerah (OPD) dari luar Kota Surakarta

No.	Tahun	Mitra Kerjasama	Perihal/Implementasi	Jumlah
1.	2017	Dinas Pariwisata Kabupaten Bekasi	Sosialisasi Peningkatan Kerja Sama Antar Daerah (Wisata Industri) oleh Dispar Kab. Bekasi di Kota Surakarta	1
2.	2018	Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Se-Subosukawonosraten	Pengembangan Kepariwisataaan Antar Daerah Solo Raya Implementasi: 1. Pembuatan video Indonesia Raya berlatarkan destinasi wisata unggulan di masing-masing daerah 2. Pertukaran duta wisata	2

No.	Tahun	Mitra Kerjasama	Perihal/Implementasi	Jumlah
			3. Melaksanakan roadshow / pemasaran bersama 4. Melaksanakan kunjungan dan studi tiru 5. Tukar menukar informasi kepariwisataan 6. Pembuatan video promosi pariwisata Solo Raya	
		Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung	Pengembangan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Implementasi: 1. Tukar menukar informasi kepariwisataan 2. Menghadiri undangan secara virtual	
3.	2019	Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olah Raga Serta Pariwisata Kota Surabaya	Pengembangan Pariwisata Implementasi: Tukar menukar informasi kepariwisataan.	1
4.	2020	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang	Pengembangan Pariwisata Implementasi: 1. Tukar menukar informasi kepariwisataan 2. Pertukaran duta wisata	2
		Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bogor	Pengembangan Pariwisata Implementasi: Tukar menukar informasi kepariwisataan.	
5.	2021	PT. ANGKASA PURA I (Persero) Bandara Adi Soemarmo	Kerja Sama Peningkatan Kepariwisata Kota Surakarta Implementasi: 1. Pemasangan Calendar of Cultural Event Kota Surakarta di area kedatangan Bandara Adi Soemarmo 2. Dukungan pentas seni di ruang tunggu keberangkatan Bandara Adi Soemarmo 3. Kemudahan akses di Bandara Adi Soemarmo	2
		Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta	Pengembangan Pariwisata Implementasi: 1. Pembuatan video promosi pariwisata bersama (kuliner Solo Yogyakarta) 2. Promosi pariwisata Solo di titik Baliho Kota Yogyakarta 3. Pertukaran Duta Wisata	



No.	Tahun	Mitra Kerjasama	Perihal/Implementasi	Jumlah
			4. Fasilitasi pertemuan jejaring kolaborasi humas hotel Solo-Jogja 5. Fasilitasi Angkutan Kawasan Wisata Himpunan Humas Hotel Yogyakarta 6. Menghadiri undangan / mengirimkan delegasi 7. Rencana promosi pariwisata Yogyakarta di titik Baliho Kota Surakarta	

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Surakarta

Pada tahun 2021, Dinas Pariwisata mengadakan Kompetisi Fotografi Pariwisata Kota Solo dengan tema “*History, Culinar, Culture*” dengan mengangkat lokasi Mangkunegaran, Pasar Triwindu, dan Koridor Gatot Subroto. Melalui agenda ini diharapkan dapat membantu Dinas Pariwisata dalam menampilkan foto-foto objek wisata dengan kualitas tinggi sehingga layak untuk ditampilkan secara umum serta menarik penasaran para wisatawan, di samping itu pula agar terdapat tampilan ‘baru’ dari hasil gambar yang nantinya dipresentasikan oleh Dinas Pariwisata. Melalui agenda ini, diperoleh 3 juara utama, 3 juara harapan, dan 10 juara favorit.

### 6.3. Kinerja Pariwisata

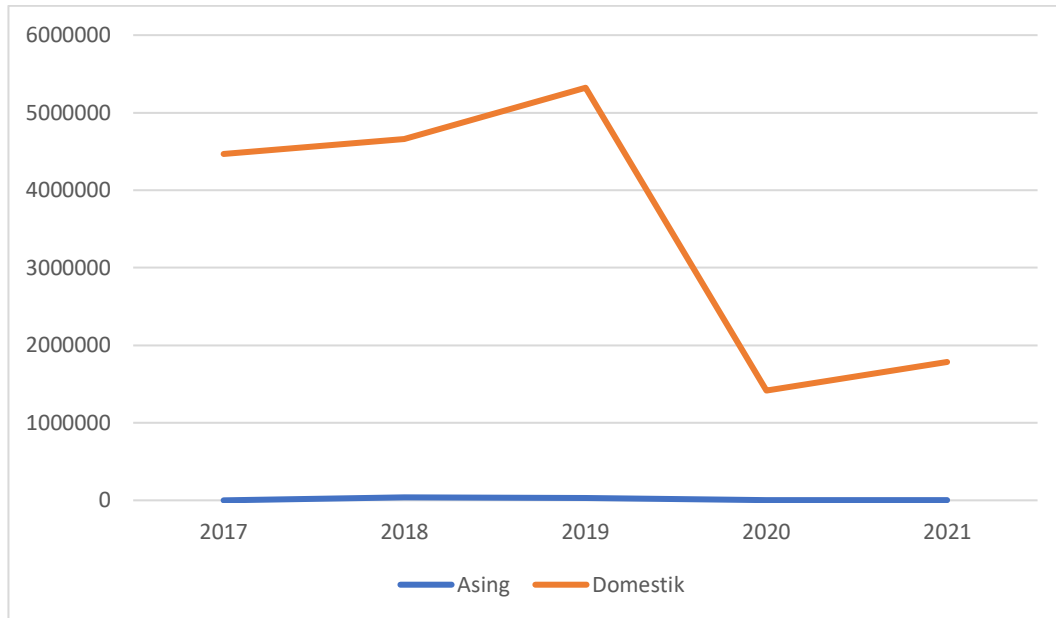
#### 6.3.1. Kinerja Pariwisata Kota Surakarta

##### A. Kunjungan Wisatawan

Tabel 48. Kunjungan Wisatawan ke Kota Surakarta tahun 2017-2021

No.	Kunjungan Wisatawan	2017	2018	2019	2020	2021	Rerata
1	Asing (wisman)	34,423	38.537	32.317	4.485	2.526	22.458
2	Domestik (wisnus)	4.468.822	4.657.283	5.321.517	1.415.830	1.786.332	3.529.957
<b>Jumlah</b>		<b>4.503.245</b>	<b>4.695.820</b>	<b>5.353.834</b>	<b>1.420.315</b>	<b>1.788.858</b>	<b>3.552.414</b>
<b>Pertumbuhan (%)</b>		<b>2,45</b>	<b>4,28</b>	<b>14,01</b>	<b>-73,47</b>	<b>25,95</b>	<b>-5,36</b>

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, diolah



Gambar 33. Kunjungan Wisatawan ke Kota Surakarta tahun 2017-2021

Pada tabel terlihat bahwa kunjungan total wisatawan tertinggi di Kota Surakarta berada pada tahun 2019 sebanyak 5.353.834 dan terendah berada pada tahun 2020 sebanyak 1.420.315. Kunjungan wisman terbanyak sebanyak 38.537 pada tahun 2018 dan wisnus terbanyak sejumlah 5.321.517 pada tahun 2019.

Penurunan jumlah wisatawan yang cukup drastis terjadi di tahun 2020 yaitu sebesar -73,47% namun mengalami kenaikan kembali sebesar 25,95% pada 2021. Rerata kunjungan wisatawan selama 5 tahun terakhir total wisatawan sebanyak 3.552.414, dengan rerata persentase penurunan sebesar -5,36%.

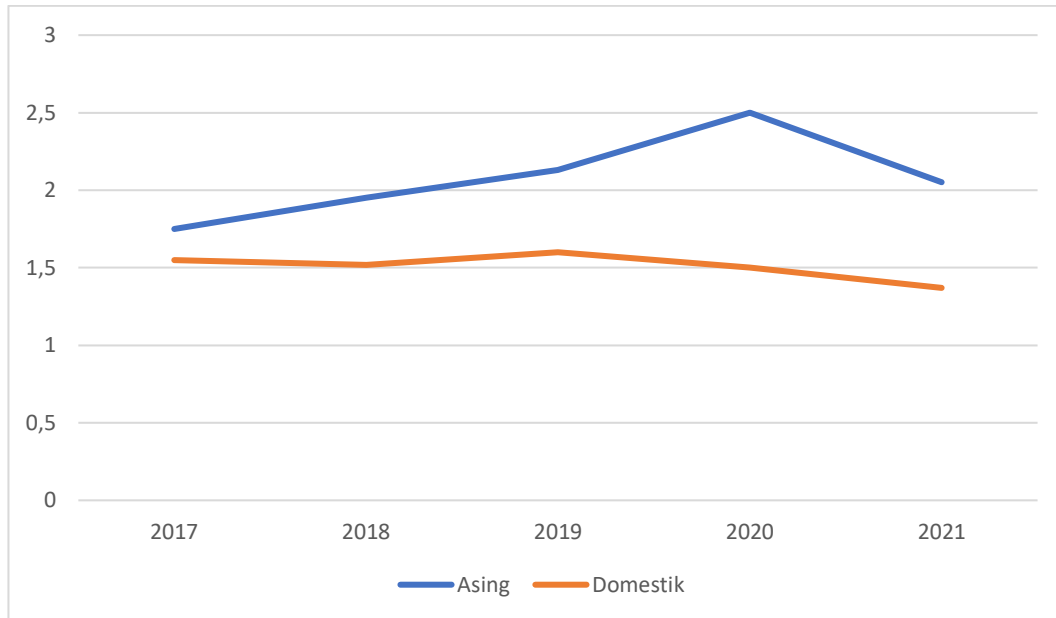
### B. Lama Tinggal (*Length of Stay*)

Berikut merupakan rincian lama tinggal wisatawan pada tahun 2017-2021 di Kota Surakarta.

Tabel 49. Lama Tinggal Wisatawan (hari) di Kota Surakarta 2017-2021

No.	Wisatawan	2017	2018	2019	2020	2021	Rerata
1	Wisman	1,75	1,95	2,13	2,50	2,05	<b>2,08</b>
2	Wisnus	1,55	1,52	1,60	1,50	1,37	<b>1,51</b>
	Rerata	1,65	1,74	1,87	2,00	1,71	
	<b>Pertumbuhan (%)</b>	-	<b>5,15</b>	<b>7,49</b>	<b>7,24</b>	<b>-14,50</b>	

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Surakarta



Gambar 34. Lama Tinggal Wisatawan di Kota Surakarta 2017-2021

Pada tabel terlihat bahwa durasi lama wisatawan asing lebih tinggi daripada wisatawan domestik. Durasi wisman terlama berada di tahun 2020 dan durasi wisnus terlama berada di tahun 2019. Kenaikan durasi lama tinggal wisatawan paling drastis di tahun 2019 (7,49%) dan turun paling drastis di tahun 2021 (14,50%).

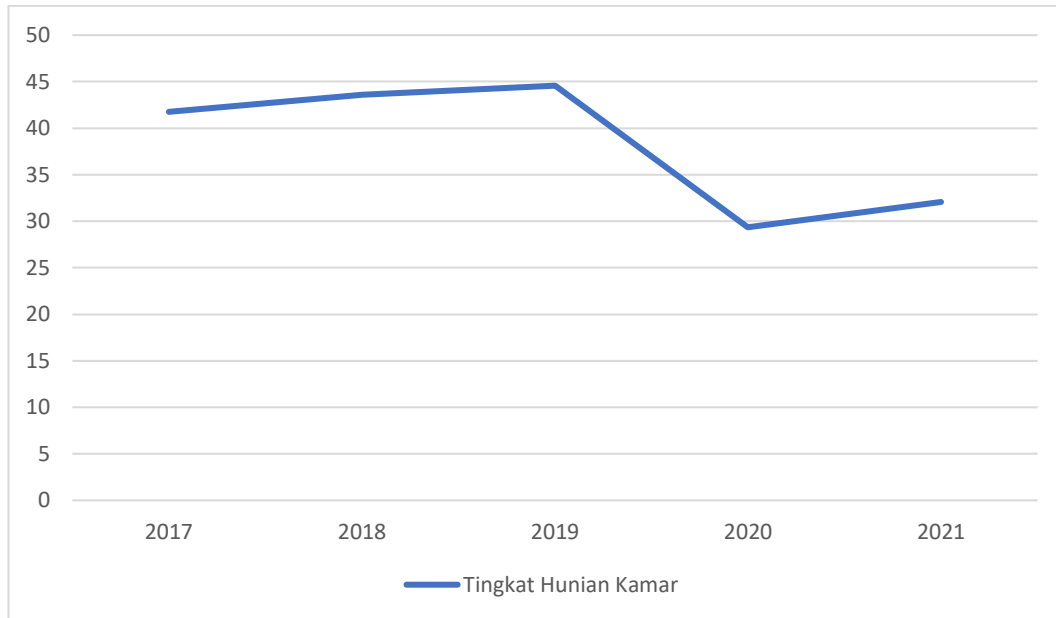
### C. Hunian Hotel

Berikut merupakan rincian tingkat penghunian kamar hotel di Kota Surakarta pada tahun 2017-2021.

Tabel 50. Tingkat Penghunian Kamar Hotel di Surakarta tahun 2017-2021

Tingkat Hunian Kamar (%)	2017	2018	2019	2020	2021	Rerata
Pertumbuhan (%)	-	4,31	2,27	-34,15	9,23	

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Surakarta



Gambar 35. Tingkat Penghunian Kamar Hotel di Surakarta tahun 2017-2021

Pada tabel terlihat bahwa tingkat hunian hotel terendah berada di tahun 2020 dan tertinggi berada di tahun 2019. Sedangkan, untuk perkembangan tingkat hunian hotel terjadi penurunan paling besar di tahun 2020 (-34,15%) sedangkan tertinggi berada di tahun 2021 (9,23%) di mana masa-masa pasca covid dan wisata mulai dibuka kembali. Sehingga, dapat dikatakan bahwa Kota Surakarta dapat bangkit kembali dan meningkatkan jumlah wisatawannya.

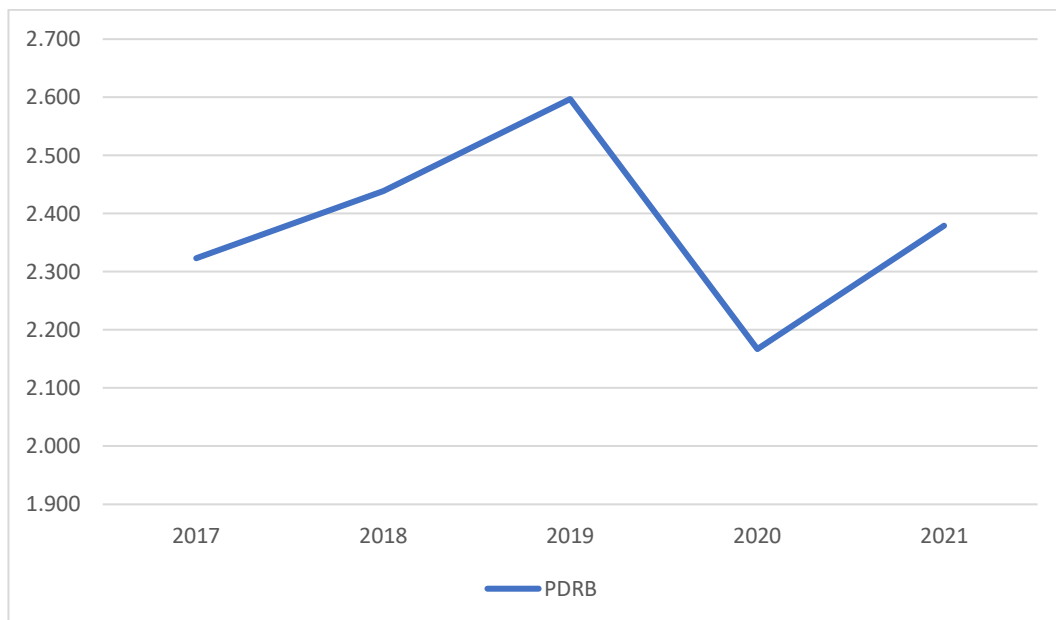
#### D. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

Berikut merupakan rincian PDRB di Kota Surakarta dalam Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum pada tahun 2017-2021.

Tabel 51. Pertumbuhan PDRB Kota Surakarta Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (miliar rupiah) tahun 2017-2021

PDRB	2017	2018	2019	2020	2021	Rerata
Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	2.323	2.439	2.597	2.167	2.379	<b>2.381</b>
<b>Pertumbuhan (%)</b>	-	<b>4,97</b>	<b>6,49</b>	<b>-16,54</b>	<b>9,79</b>	

Sumber: BPS, Surakarta Dalam Angka, 2018-2021



Gambar 36. Pertumbuhan PDRB Kota Surakarta Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum tahun 2017-2021

Pada tabel terlihat bahwa jumlah PDRB tertinggi Kota Surakarta berada di tahun 2019 dengan kenaikan pertumbuhan sebesar 6,49%. Sedangkan pada tahun 2020 merupakan jumlah PRDB yang diterima Kota Surakarta dengan penurunan sebesar -16,54%. Namun, pada tahun terakhir PDRB Kota Surakarta Kembali memulih sebesar 9,79%.

### E. Kunjungan Objek Wisata

Berikut merupakan data kunjungan objek wisata di Kota Surakarta selama 5 tahun (2017-2021).

Tabel 52. Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata di Kota Surakarta, 2017-2021

Daya Tarik Wisata	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Jumlah
Objek Wisata	2017		2018		2019		2020		2021		
1 Kraton Kasunanan	-	-	310	2.710	-	-	-	-	-	-	3.020
2 Mangkunegaran	8.629	23.454	7.691	26.559	7.957	32.040	920	9.310	47	3.727	120.334
3 Musium Radya Pustaka	600	19.234	478	7.850	616	17.467	76	5.945	4	3.553	65.823
4 Taman Balekambang	739	2.364.617	399	2.601.257	482	2.737.269	10	210.014	-	201.356	8.116.143
5 W.O Sriwedari	-	40.814	-	38.114	-	33.939	-	12.103	-	6.331	131.301
6 THR. Sriwedari	26	188.428	-	-	-	-	-	-	4	4	188.462

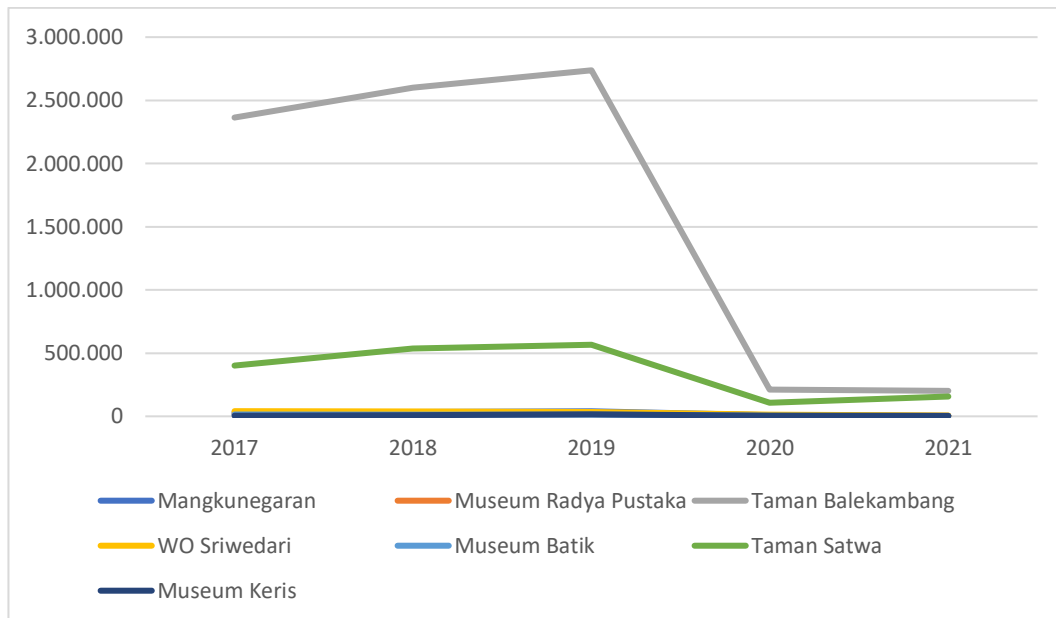


Daya Tarik Wisata		Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Wisman	Wisnus	Jumlah
Objek Wisata		2017		2018		2019		2020		2021		
7	Musium Batik Danarhadi	2.132	12.419	2.954	11.324	1.535	11.856	243	2.892	10	2.348	<b>47.713</b>
8	Taman Satwataru	-	403.239	-	534.692	14	566.317	14	107.332	4	157.529	<b>1.769.141</b>
9	Museum Keris	53	5.213	279	8.274	2.443	13.618	161	4.172	4	3.605	<b>37.822</b>
10	Museum Lokananta	N/A	N/A	N/A	N/A	-	1.456	-	-	-	456	N/A
11	Kampung Situs Budaya Baluwarti	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	-	220	-	-	N/A
12	Kethoprak Balekambang	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	-	712	-	-	N/A
<b>Event</b>												
13	Bakdan Neng Solo	N/A	N/A	N/A	N/A	-	12.647	N/A	N/A	-	-	N/A
14	Haul Habib Ali	N/A	N/A	N/A	N/A	-	122.895	N/A	N/A	-	-	N/A
<b>Kota Surakarta</b>		<b>12.179</b>	<b>3.057.418</b>	<b>12.111</b>	<b>3.240.780</b>	<b>13.357</b>	<b>3.549.504</b>	<b>1.406</b>	<b>352.700</b>	<b>73</b>	<b>378.909</b>	

*Sumber: Kota Surakarta Dalam Angka 2022-2018, BPS Kota Surakarta, diolah*

Tabel 53. Tabulasi Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Objek Destinasi Wisata Kota Surakarta tahun 2017-2021

Objek Wisata	2017	2018	2019	2020	2021	Jumlah	Rerata
<b>Mangkunegaran</b>	<b>32.083</b>	<b>34.250</b>	<b>39.997</b>	<b>10.230</b>	<b>3.774</b>	120.334	24.067
Pertumbuhan (%)	-	6,75	16,78	-74,42	-63,11		-28,50
<b>Musium Radya Pustaka</b>	<b>19.834</b>	<b>18.328</b>	<b>18.083</b>	<b>6.021</b>	<b>3.557</b>	65.823	13.165
Pertumbuhan (%)	-	-7,59	-1,34	-66,70	-40,92		-29,14
<b>Taman Balekambang</b>	<b>2.365.356</b>	<b>2.601.656</b>	<b>2.737.751</b>	<b>210.024</b>	<b>201.356</b>	8.116.143	1.623.229
Pertumbuhan (%)	-	9,99	5,23	-92,33	-4,13		-20,31
<b>W.O Sriwedari</b>	<b>40.814</b>	<b>38.114</b>	<b>33.939</b>	<b>12.103</b>	<b>6.331</b>	131.301	26.260
Pertumbuhan (%)	-	-6,62	-10,95	-64,34	-47,69		-32,40
<b>Musium Batik Danarhadi</b>	<b>14.551</b>	<b>14.278</b>	<b>13.391</b>	<b>3.135</b>	<b>2.358</b>	47.713	9.543
Pertumbuhan (%)	-	-1,88	-6,21	-76,59	-24,78		-27,37
<b>Taman Satwataru</b>	<b>403.239</b>	<b>534.692</b>	<b>566.331</b>	<b>107.346</b>	<b>157.533</b>	1.769.141	353.828
Pertumbuhan (%)	-	32,60	5,92	-81,05	46,75		1,06
<b>Museum Keris</b>	<b>5.266</b>	<b>8.553</b>	<b>16.061</b>	<b>4.333</b>	<b>3.609</b>	37.822	7.564
Pertumbuhan (%)	-	62,42	87,78	-73,02	-16,71		15,12



Gambar 37. Tabulasi Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Objek Destinasi Wisata Kota Surakarta tahun 2017-2021

Berdasarkan data pada tabel di atas maka dapat dilihat bahwa:

1. Belum seluruh objek kunjungan destinasi wisata melakukan pendataan secara baik dan menyeluruh.
2. Berdasarkan ketersediaan data sebagaimana tabel di atas, dilakukan analisis banyaknya kunjungan objek destinasi wisata selama 5 tahun;
  - a. Objek wisata Pura Mangkunegaran : 120.334
  - b. Museum Radya Pustaka : 65.823
  - c. Taman Balekambang : 8.116.143
  - d. Wayang Orang Sriwedari : 131.301
  - e. Museum Barik Danarhadi : 47.713
  - f. Taman Satwa Taru Jurug : 1.769.141
  - g. Museum Keris : 37.822
3. Jumlah kunjungan tertinggi yaitu objek wisata Taman Balekambang dengan rata-rata per tahunnya yaitu 1.623.229. Sedangkan objek wisata dengan kunjungan terendah yaitu Museum Keris dengan rata-rata per tahun 7.564. Namun progress penurunan terbesar terjadi pada objek wisata Taman Balekambang (-92,33%) dan terendah yaitu penurunan kunjungan objek wisata Wayang Orang Sriwedari (-64,34%).

4. Pada dua tahun terakhir, di tahun 2020 seluruh objek wisata mengalami penurunan kunjungan wisatawan karena pandemic. Namun, di tahun 2021, perkembangan pertumbuhan kunjungan yang paling baik yaitu Taman Satwataru dengan pertumbuhan sebesar 46,75%, sedangkan yang mengalami perkembangan paling rendah yaitu Pura Mangkunegaran sebesar -63,11%.

### 6.3.2. Kinerja Pariwisata Provinsi dan Nasional

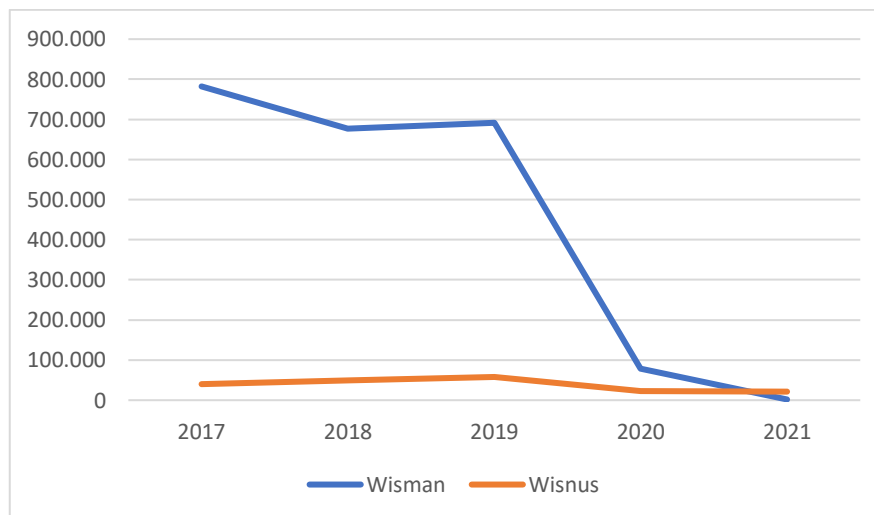
#### A. Kunjungan Wisatawan

Brikut merupakan rincian kunjungan wisatawan di tingkat Provinsi Jawa Tengah dan nasional.

Tabel 54. Kunjungan Wisatawan ke Jawa Tengah tahun 2017-2021

No.	Kunjungan Wisatawan	2017	2018	2019	2020	2021	Rerata
1	Wisman	782.107	677.168	691.699	78.290	1.793	446.011
	Progress (%)	-	-13,31	2,15	-88,68	-97,71	-49,39
2	Wisnus	40.118.470	48.943.607	57.900.863	22.629.085	21.332.409	38.184.887
	Progress (%)	-	22,00	18,30	-60,92	-5,73	-6,59
	<b>Jumlah</b>	<b>40.900.577</b>	<b>49.620.775</b>	<b>58.592.562</b>	<b>22.707.375</b>	<b>21.334.202</b>	<b>38.631.898</b>
	<b>Pertumbuhan total (%)</b>	<b>-</b>	<b>21,32</b>	<b>18,08</b>	<b>-61,25</b>	<b>-6,05</b>	<b>-6,97</b>

Sumber: BPS, Jawa Tengah dalam Angka, 2022-2018, diolah



Gambar 38. Kunjungan Wisatawan ke Jawa Tengah tahun 2017-2021

Pada kondisi di Provinsi Jawa Tengah, pada tahun 2017 – 2021 kunjungan wisatawan tertinggi pada tahun 2019 sebanyak 58.592.562 dan terendah berada pada tahun 2021 sebanyak 21.334.202. Kunjungan wisman

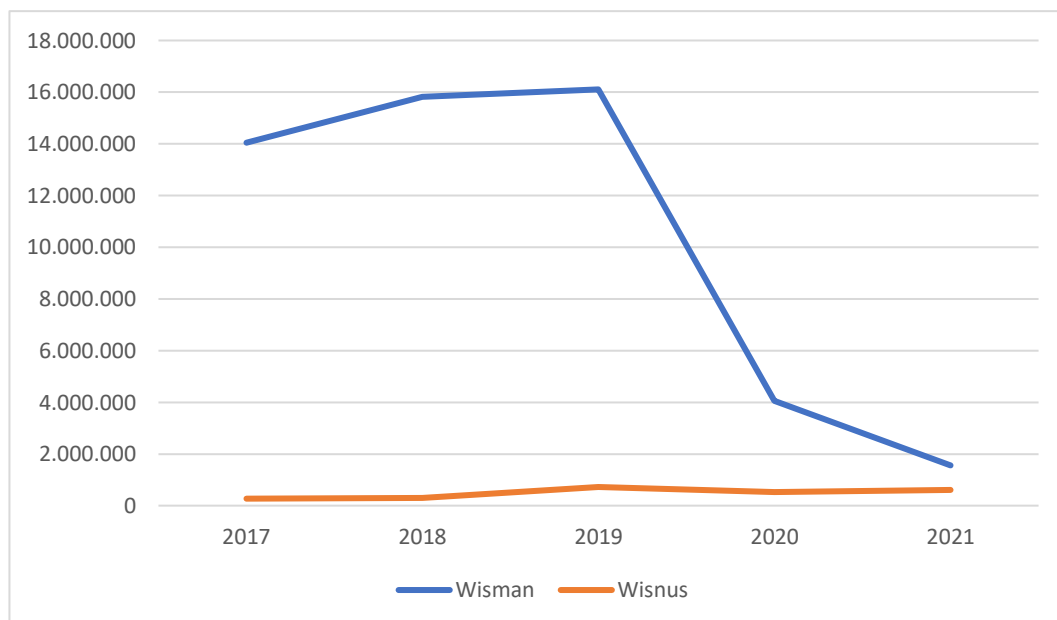
terbanyak yaitu 782.107 pada tahun 2017 dan wisnus terbanyak sejumlah 57.900.863 pada tahun 2019. Selama tahun 2017 hingga 2021 pertumbuhan wisman di Provinsi Jawa Tengah terus mengalami penurunan, namun penurunan terbesar terjadi pada tahun 2021 (-79,71%), setelah di tahun sebelumnya juga turun drastis sebesar -88,68%.

Adapun rincian jumlah kunjungan wisatawan di Indonesia adalah sebagai berikut.

Tabel 55. Kunjungan Wisatawan di Indonesia tahun 2017-2021

Jumlah Kunjungan	2017	2018	2019	2020	2021	Rerata
<b>Wisman</b>	14.039.799	15.810.305	16.106.954	4.052.923	1.557.530	<b>51.567.511</b>
Progress (%)	-	12,61	1,88	-74,84	-61,57	-30,48
<b>Wisnus</b>	270.822.003	303.403.888	722.158.733	518.588.962	603.020.000	<b>2.417.993.586</b>
Progress (%)	-	12,03	138,02	-28,19	16,28	34,54
<b>Jumlah</b>	<b>284.861.802</b>	<b>319.214.193</b>	<b>738.265.687</b>	<b>522.641.885</b>	<b>604.577.530</b>	<b>2.469.561.097</b>
<b>Pertumbuhan total (%)</b>	-	12,06	131,28	-29,21	15,68	<b>32,45</b>

Sumber: BPS, Indonesia dalam Angka, 2022-2018, diolah



Gambar 39. Kunjungan Wisatawan di Indonesia tahun 2017-2021

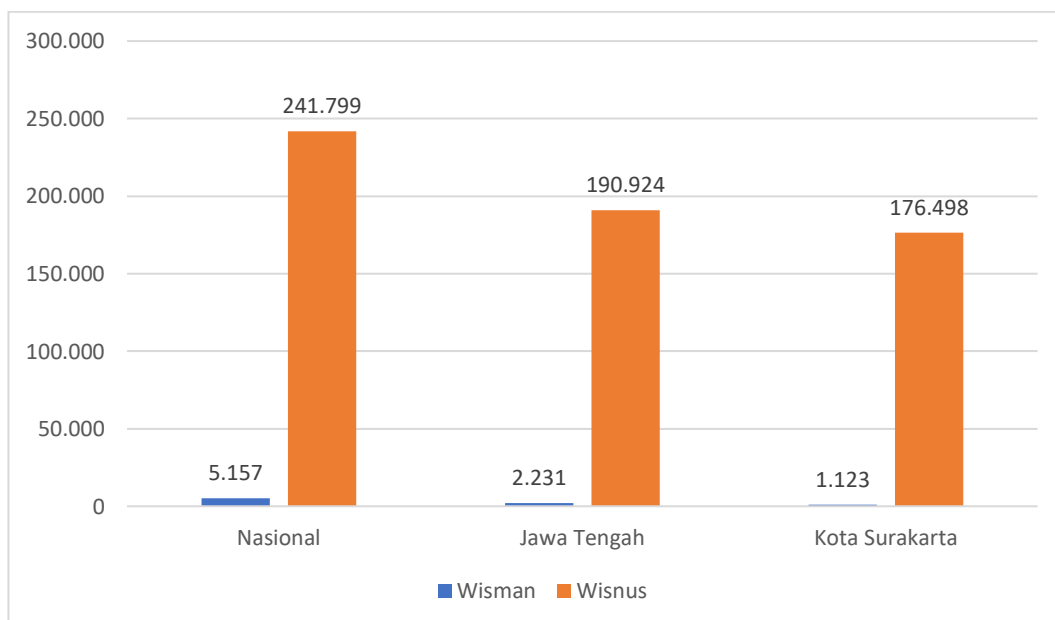
Pada tingkat Nasional, pada tahun 2017 – 2021 kunjungan wisatawan tertinggi yaitu pada tahun 2019 sebanyak 738.265.687 dengan pertumbuhan sebesar 131,28% dan terendah berada pada tahun 2017 sebanyak 284.861.802. Rerata kunjungan wisatawan di Indonesia selama 5 tahun terakhir sebesar 2.469.561.097.

Adapun progress kunjungan wisman pada tahun 2020 turun drastis sebesar -74,84% yang kemudian disusul penurunan kembali sebesar -61,57%. Sedangkan untuk kunjungan wisnus, di tahun 2020 sempat terjadi penurunan sebesar -28,19% namun di tahun selanjutnya dapat kembali naik sebesar 16,28%.

Maka, jika pertumbuhan jumlah wisatawan Kota Surakarta dibandingkan dengan tingkat Nasional dan Jawa Tengah. Maka kinerja pertumbuhan jumlah wisatawan di Surakarta dalam 5 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 56. Rata-rata Kunjungan Wisatawan per Tahun Pada Tahun 2017-2021

Jumlah Wisatawan	Nasional (ribu)	Jawa Tengah (ratus)	Kota Surakarta (puluh)
<b>Wisman</b>	51.567.511	2.231.057	112.288
<b>Wisnus</b>	2.417.993.586	190.924.434	17.649.784
<b>Total Wisatawan</b>	2.469.561.097	193.155.491	17.762.072
<b>Rerata Pertumbuhan 2017-2022 (%)</b>	32,45	-6,97	-7,31



Gambar 40. Rata-rata Kunjungan Wisatawan per Tahun Pada Tahun 2017-2021

Jika membandingkan Kota Surakarta dengan tingkat provinsi dan nasional selama 5 tahun, diperoleh pertumbuhan rata-rata nasional sebesar 32,45%, Provinsi Jawa Tengah mengalami penurunan sebesar -6,97% dan Kota



Surakarta sebesar -7,31%. Hal ini menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 5 tahun progress pertumbuhan tertinggi berada di tingkat nasional dan perkembangan terendah yaitu tingkat Kota Surakarta.

### B. Lama Tinggal (*Length of Stay*)

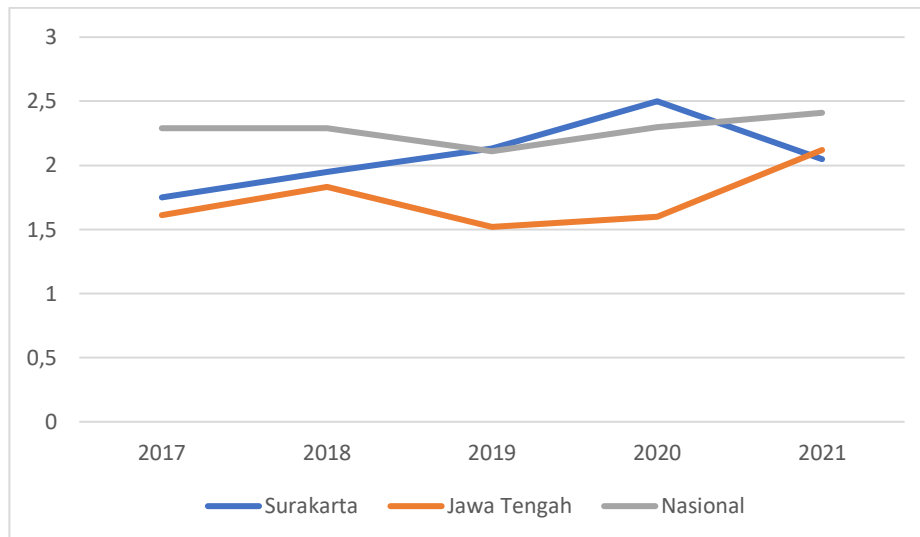
Berikut merupakan rincian lama tinggal wisatawan pada tahun 2017-2021 di tingkat Provinsi Jawa Tengah dan nasional.

Tabel 57. Lama Tinggal Wisatawan (hari) di Tingkat Provinsi Jawa Tengah dan Nasional Tahun 2017-2021

<b>Nasional</b>						
<b>Lama Kunjungan</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Rerata</b>
Wisman	2,84	2,9	2,63	2,93	3,18	2,90
Wisnus	1,74	1,77	1,58	1,66	1,64	1,68
Rerata	2,29	2,34	2,11	2,30	2,41	2,29
Pertumbuhan (%)	-	1,97	-9,85	9,03	5,01	
<b>Provinsi Jawa Tengah</b>						
<b>Lama Kunjungan</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Rerata</b>
Wisman	1,96	2,25	1,85	2,02	3,03	2,22
Wisnus	1,25	1,41	1,19	1,19	1,21	1,25
Rerata	1,61	1,83	1,52	1,60	2,12	1,73
Pertumbuhan (%)	-	13,96	-17,21	5,78	31,98	
<b>Surakarta</b>						
<b>Lama Kunjungan</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Rerata</b>
Wisman	1,75	1,95	2,13	2,50	2,05	2,08
Wisnus	1,55	1,52	1,60	1,50	1,37	1,51
Rerata	1,65	1,74	1,87	2,00	1,71	
Pertumbuhan (%)	-	5,15	7,49	7,24	-14,50	

<b>No</b>	<b>Indikator</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>Rerata</b>
<b>1.</b>	Nasional	-	2,34	2,11	2,30	2,41	<b>2,29</b>
<b>2.</b>	Jawa Tengah	-	1,83	1,52	1,60	2,12	<b>1,73</b>
<b>3.</b>	Surakarta	-	1,74	1,87	2,00	1,71	<b>1,35</b>
<b>Trend</b>							
<b>1.</b>	Nasional	-	1,97	-9,85	9,03	5,01	<b>1,54</b>
<b>2.</b>	Jawa Tengah	-	13,96	-17,21	5,78	31,98	<b>8,63</b>
<b>3.</b>	Surakarta	-	5,15	7,49	7,24	-14,50	<b>1,35</b>



Gambar 41. Lama Tinggal Wisatawan di Tingkat Provinsi Jawa Tengah dan Nasional

Pada tabel disebutkan bahwa durasi paling lama wisatawan di tingkat Kota Surakarta yaitu pada tahun 2020 (2,00 hari), di tingkat provinsi yaitu berada di tahun 2021 (2,12 hari) dan di tingkat nasional berada di tahun 2021 yaitu 2,41 hari.

Pada tahun 2021, di tingkat kota, provinsi dan nasional sama-sama terjadi perkembangan pertumbuhan lama durasi lama tinggal wisatawan. Pada tahun tersebut, di tingkat Kota Surakarta terjadi penurunan sebesar -14,5%, pada provinsi terjadi peningkatan sebesar 31,98% dan di tingkat nasional sebesar 5,01%. Sehingga, pertumbuhan di tingkat provinsi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemulihan lama durasi wisatawan paling baik berada di tingkat provinsi.

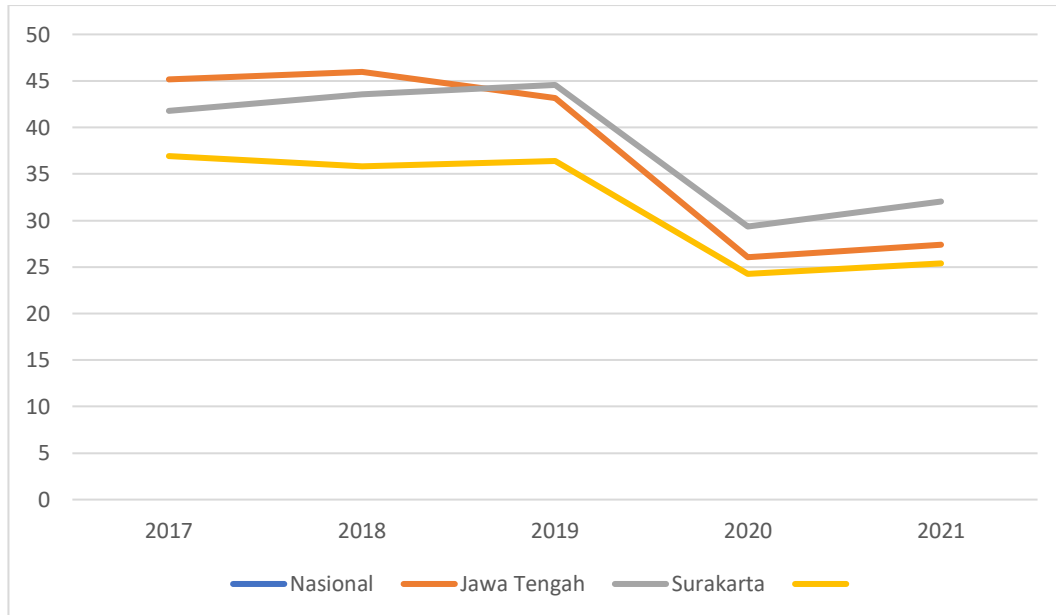
### C. Hunian Hotel

Berikut merupakan rincian tingkat penghunian kamar hotel di tingkat Provinsi Jawa Tengah dan nasional pada tahun 2017-2021.

Tabel 58. Tingkat Hunian Hotel di Tingkat Jawa Tengah dan Nasional pada 2017-2021

Tingkat Hunian Kamar Hotel (%)	2017	2018	2019	2020	2021	Rerata
<b>Surakarta</b>						
Wisman	41,78	43,58	44,57	29,35	32,06	38,27
Pertumbuhan (%)	-	4,31	2,27	-34,15	9,23	-4,59

Tingkat Hunian Kamar Hotel (%)	2017	2018	2019	2020	2021	Rerata
Provinsi Jawa Tengah						
Wisman	36,92	35,82	36,41	24,26	25,36	31,751
Pertumbuhan (%)	-	-2,98	1,63	-33,37	4,54	-7,55
Nasional						
Wisman	45,18	45,97	43,15	26,05	27,42	37,55
Pertumbuhan (%)	-	1,75	-6,14	-39,62	5,24	-9,69



Gambar 42. Tingkat Hunian Hotel di Tingkat Jawa Tengah dan Nasional pada 2017-2021

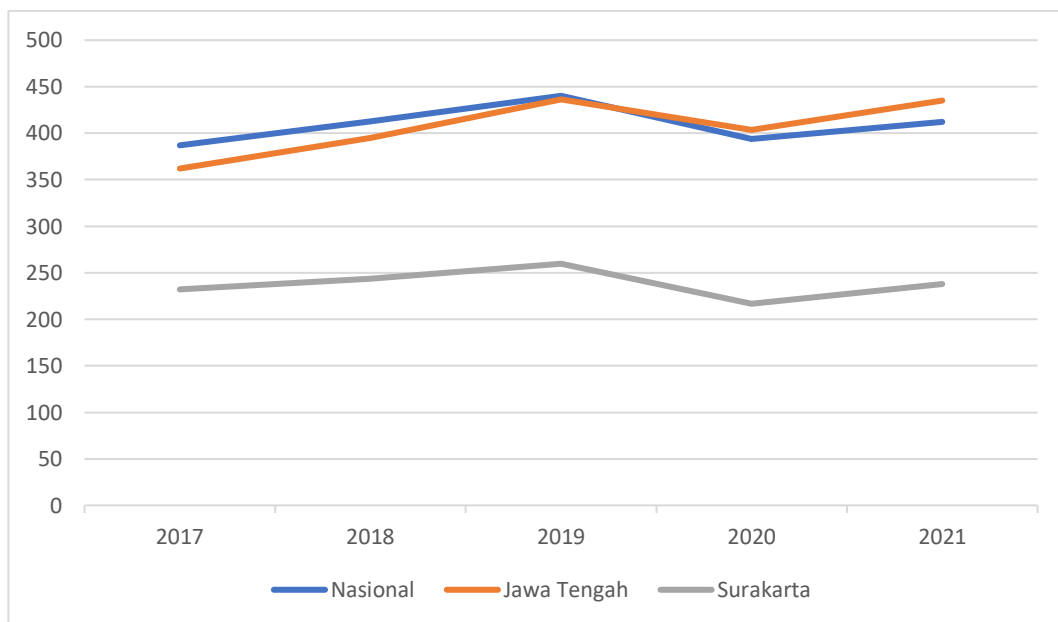
Pada Kota Surakarta, tingkat hunian kamar hotel tertinggi berada pada tahun 2017 (41,78%), pada tingkat provinsi hunian kamar hotel tertinggi berada pada tahun 2017 (36,92%) dan pada tingkat nasional yaitu pada tahun 2018 (45,97%). Adapun pada tahun terakhir, di Kota Surakarta terjadi kenaikan tingkat hunian kamar hotel sebesar 9,2%, di tingkat provinsi terjadi kenaikan sebesar 4,54% dan di tingkat nasional terjadi peningkatan sebesar 5,24%. Hal ini menunjukkan bahwa pemulihan di tingkat Kota Surakarta pasca covid pada tingkat hunian kamar lebih baik.

### D. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan

Berikut merupakan rincian PDRB di Kota Surakarta, Provinsi Jawa Tengah dan nasional dalam Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan pada tahun 2017-2021.

Tabel 59. Pertumbuhan PDRB Sektor Hotel dan Resto di Tingkat Nasional dan Jawa Tengah pada tahun 2017-2021

No.	PDRB (Sub Sektor Penyediaan Akomodasi & Makan) (miliar)	2017	2018	2019	2020	2021	Rerata
	<b>Surakarta</b>	2.323	2.439	2.597	2.167	2.379	<b>2.381</b>
	<b>Pertumbuhan (%)</b>	-	4,97	6,49	-16,54	9,79	<b>1,18</b>
	<b>Provinsi Jawa Tengah</b>	36.205	39.498	43.635	40.360	43.513	<b>40.642</b>
	<b>Pertumbuhan (%)</b>	-	9,10	10,47	-7,51	7,81	<b>4,97</b>
	<b>Nasional</b>	387.012	412.710	440.208	394.055	412.261	<b>409.249</b>
	<b>Pertumbuhan (%)</b>	-	6,64	6,66	-10,48	4,62	<b>1,86</b>



Gambar 43. Pertumbuhan PDRB Sektor Hotel dan Resto di Tingkat Nasional dan Jawa Tengah pada tahun 2017-2021

Pada tabel terlihat bahwa di tahun 2020, pendapatan PDRB/PDB di tingkat kota, provinsi dan nasional sama-sama mengalami penurunan. Di Kota Surakarta penurunan sebesar -16,54%, di tingkat provinsi terjadi penurunan sebesar -7,51% dan di tingkat nasional penurunan sebesar -10,48%.

Namun, di tahun selanjutnya, ketiganya terjadi pertumbuhan kenaikan. Pada tingkat kota sebesar 9,79%, di tingkat provinsi sebesar 7,81% dan di tingkat nasional sebesar 4,62%. Sehingga disimpulkan bahwa perkembangan yang paling baik yaitu Kota Surakarta untuk PDRB Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan.

### 6.3.3. Kinerja Pariwisata Kota Surakarta terhadap Pariwisata Subosukawonosraten

#### A. Kunjungan Wisatawan

Berdasarkan analisis yang dilakukan, di bawah ini disajikan kinerja pariwisata Kota Surakarta terhadap wilayah lain (Subosukawonosraten).

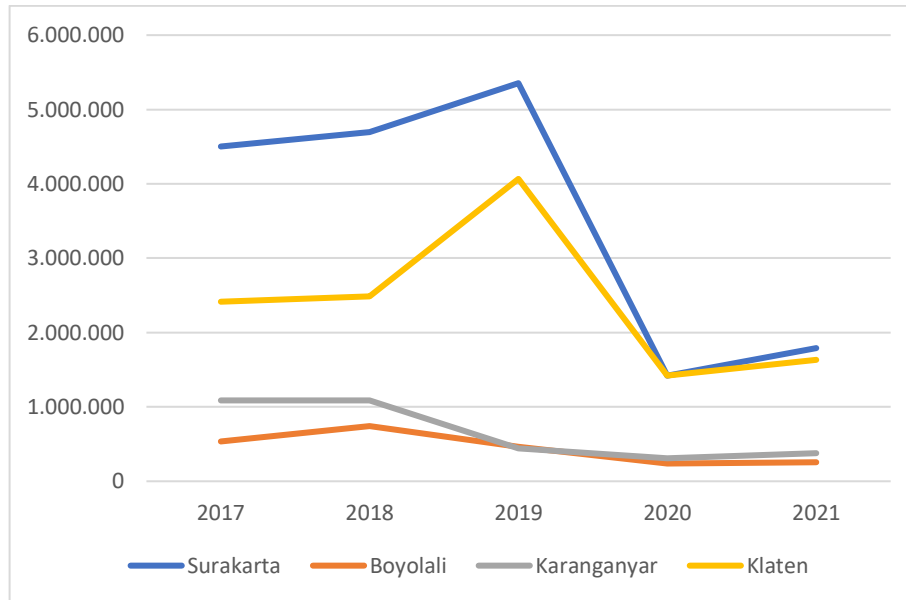
Tabel 60. Jumlah Kunjungan Wisatawan 2017-2021

No	Indikator	Jumlah Kunjungan Wisatawan					Rerata	
		2017	2018	2019	2020	2021		
<b>Kunjungan Wisatawan</b>								
1	Surakarta	Wisman	34.423	38.537	32.317	4.485	2.526	
		Wisnus	4.468.822	4.657.283	5.321.517	1.415.830	1.786.332	
	Jumlah Wisatawan	<b>4.503.245</b>	<b>4.695.820</b>	<b>5.353.834</b>	<b>1.420.315</b>	<b>1.788.858</b>	<b>3.552.414</b>	
2	Boyolali	<b>537.640</b>	<b>741.999</b>	<b>461.804</b>	<b>238.345</b>	<b>255.509</b>	<b>447.059</b>	
3	Karanganyar	<b>1.087.528</b>	<b>1.087.528</b>	<b>440.150</b>	<b>309.047</b>	<b>379.411</b>	<b>660.733</b>	
4	Klaten	<b>2.414.980</b>	<b>2.483.945</b>	<b>4.066.583</b>	<b>1.421.366</b>	<b>1.632.548</b>	<b>2.448.339</b>	

*Keterangan: Kabupaten Sukoharjo, Wonogiri dan Sragen tidak terdapat data lengkap*

Tabel 61. Trend/Peresentase Kenaikan Jumlah Wisatawan di Subosukawonosraten Tahun 2017-2021

Trend/Persentase Kenaikan	2017	2018	2019	2020	2021	Rerata
<b>Surakarta</b>	-	4,28	14,01	-73,47	25,95	-7,31
<b>Boyolali</b>	-	38,01	-37,76	-48,39	7,20	-10,24
<b>Karanganyar</b>	-	0,00	-59,53	-29,79	22,77	-16,64
<b>Klaten</b>	-	12,06	50,27	-65,05	14,86	3,04



Gambar 44. Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Subosukawonosraten di Tahun 2017-2021

Pada tabel terlihat bahwa kunjungan total wisatawan tertinggi di Kota Surakarta berada pada tahun 2019 sebanyak 5.353.834 dan terendah berada pada tahun 2020 sebanyak 1.420.315. Pada Kabupaten Boyolali tertinggi berada di tahun 2018 (741.999 kunjungan), di Kabupaten Karanganyar berada di tahun 2018 (1.087.528 kunjungan) dan di Kabupaten Karanganyar berada di tahun 2019 (4.066.583 kunjungan).

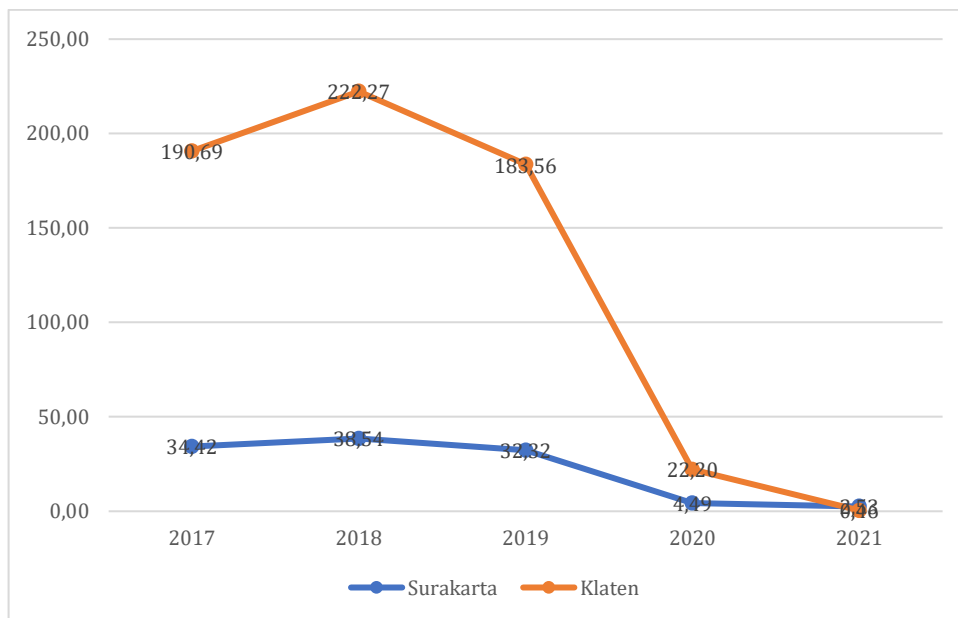
Namun, pada tahun 2020, ke empat wilayah tersebut mengalami penurunan yang cukup drastis. Setelahnya, masing-masing Kembali terjadi kenaikan. Jika dilihat trendnya, jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2020-2021 (Pasca covid 19), Kota Surakarta bangkit paling cepat (25,95%) dibanding kabupaten lainnya.

Tabel 62. Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Orang) di Wilayah Subosukawonosraten 2017-2021

No	Indikator	Jumlah Wisatawan					Rerata
		2017	2018	2019	2020	2021	
1	Surakarta	34.423	38.537	32.317	4.485	2.526	22.458
2	Klaten	190.686	222.273	183.559	22.199	463	123.836
<b>Trend</b>							
1	Surakarta	-	11,95	-16,14	-86,12	-43,68	-33,50
2	Klaten	-	12,06	50,27	-65,05	14,86	3,04

Keterangan: Kabupaten Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri dan Sragen tidak memiliki data lengkap.





Gambar 45. Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2017 – 2021

Pada tabel terlihat bahwa penurunan jumlah wisatawan mancanegara di tiap daerah berbeda, di tingkat Kota Surakarta jumlah wisatawan mancanegara turun di tahun 2020 (-86,12%) dan di Kabupaten Klaten yaitu sebesar -65,05%.

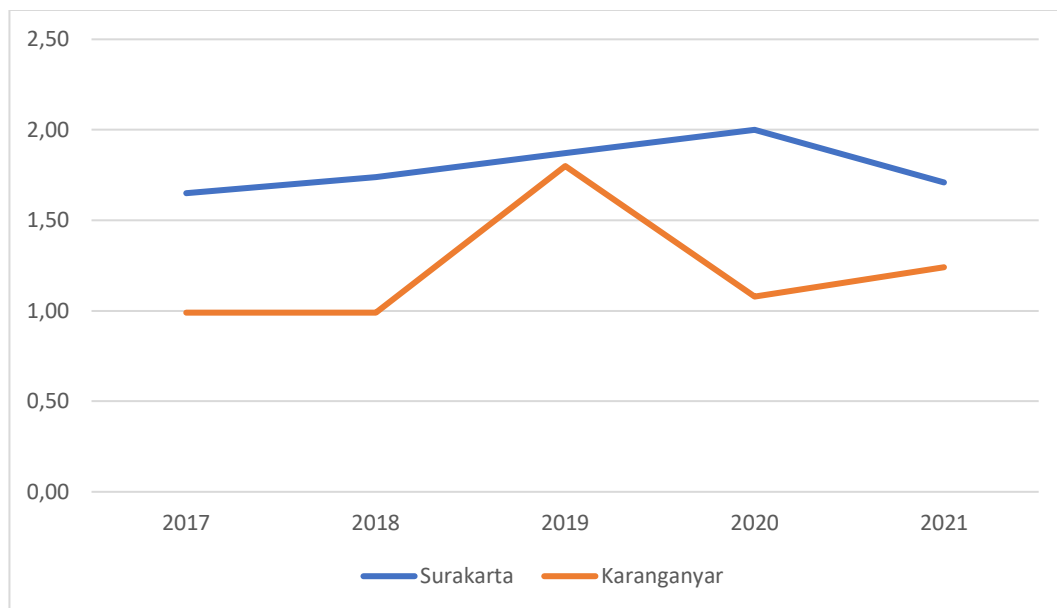
Namun, pada kunjungan wisatawan mancanegara di tahun terakhir, Kota Surakarta mengalami penurunan sebesar -43,68%. Sedangkan di Kabupaten Klaten justru mengalami peningkatan di tahun tersebut sebesar 14,86%.

### B. Lama Kunjungan (*Length of Stay*)

Tabel 63. Lama Tinggal Wisatawan (hari) di Wilayah Subosukawonosraten Tahun 2017-2021

No	Indikator	2017	2018	2019	2020	2021	Rerata
1	Surakarta	1,65	1,74	1,87	2,00	1,71	<b>1,79</b>
2	Karanganyar	0,99	0,99	1,80	1,08	1,24	<b>1,22</b>
<b>Trend</b>							
1	Surakarta	-	5,15	7,49	7,24	-14,50	1,35
2	Karanganyar	-	0,00	81,82	-40,00	14,81	14,16

*Keterangan: Kab. Boyolali, Kab. Sukoharjo, Kab. Wonogiri, Kab. Sragen dan Kab. Klaten tidak memiliki data lengkap.*



Gambar 46. Perkembangan Lama Tinggal Wisatawan Nusantara di Wilayah Subosukawonoraten Pada Tahun 2017 - 2021

Pada tabel terlihat bahwa lama tinggal wisatawan tertinggi di Kota Surakarta berada pada tahun 2020 selama 2,00 hari. Pada Kabupaten Karanganyar, tahun 2019 mengalami kenaikan durasi lama tinggal wisatawan paling pesat, namun juga di tahun 2020 mengalami penurunan yang juga paling drastis.

Pada dua tahun terakhir, lama tinggal wisatawan di Kabupaten Karanganyar terjadi kenaikan sebesar 14,81%. Namun, di tingkat Kota Surakarta mengalami penurunan sebesar -14,50%. Berkaca dari lama tinggal tingkat nasional yang meningkat, sedangkan Kota Surakarta juga termasuk bagian dari tingkat nasional. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata wisatawan yang datang merupakan wisatawan lokal yang mana mereka tidak menginap dan melakukan wisata pulang-pergi.

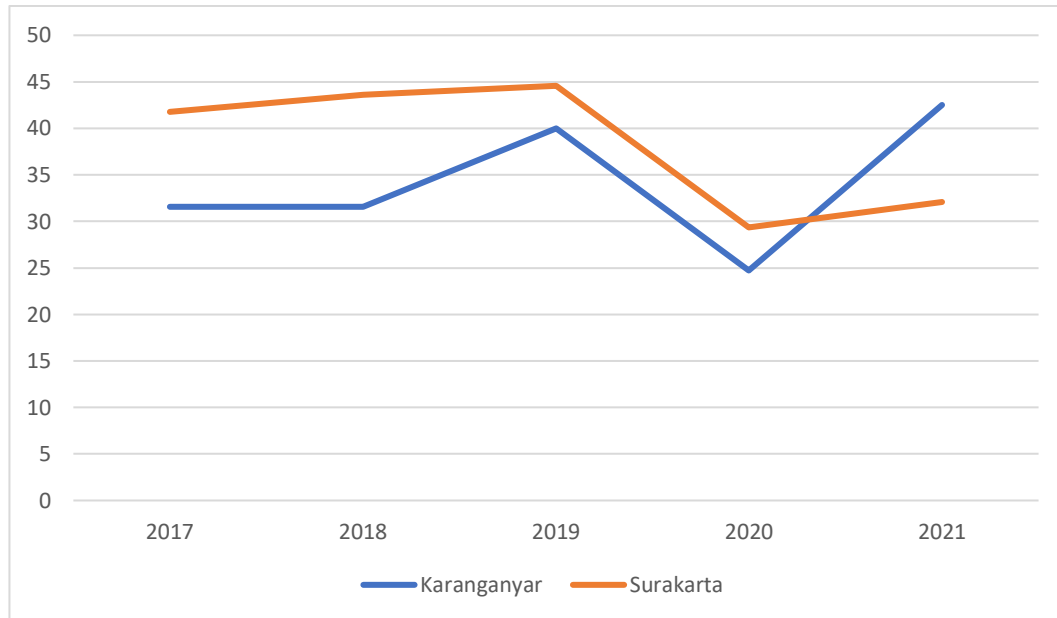
### C. Hunian Hotel

Berikut merupakan rincian tingkat penghunian kamar hotel di wilayah Subosukawonosraten pada tahun 2017-2021.

Tabel 64. Tingkat Hunian Hotel di Subosukawonosraten pada 2017-2021

No	Indikator	2017	2018	2019	2020	2021	Rerata
1	Surakarta (%)	41,78	43,58	44,57	29,35	32,06	38,27
2	Karanganyar (%)	31,56	31,56	40,00	24,72	42,51	34,07
Trend							
1	Surakarta	-	4,31	2,27	-34,15	9,23	-4,59
2	Karanganyar	-	0,00	26,74	-38,20	71,97	15,13

Keterangan: Kabupaten Sukoharjo, Kab. Boyolali, Kab. Sukoharjo, Kab. Wonogiri dan Kabupaten Sragen tidak memiliki data lengkap.



Gambar 47. Tingkat Hunian Hotel di Subosukawonosraten pada 2017-2021

Pada Kota Surakarta, tingkat hunian kamar hotel tertinggi berada pada tahun 2017 (41,78%) dan Kabupaten Karanganyar berada di tahun 2021 (41,51%), Adapun pada tahun terakhir, di Kota Surakarta terjadi kenaikan tingkat hunian kamar hotel sebesar 9,23%, sedangkan untuk Kabupaten Karanganyar peningkatan pesat sebesar 71,97%. Hal ini menunjukkan bahwa pemulihan di tingkat Kota Surakarta dalam tingkat penghunian kamar hotel pasca covid belum begitu pesat dan baik.

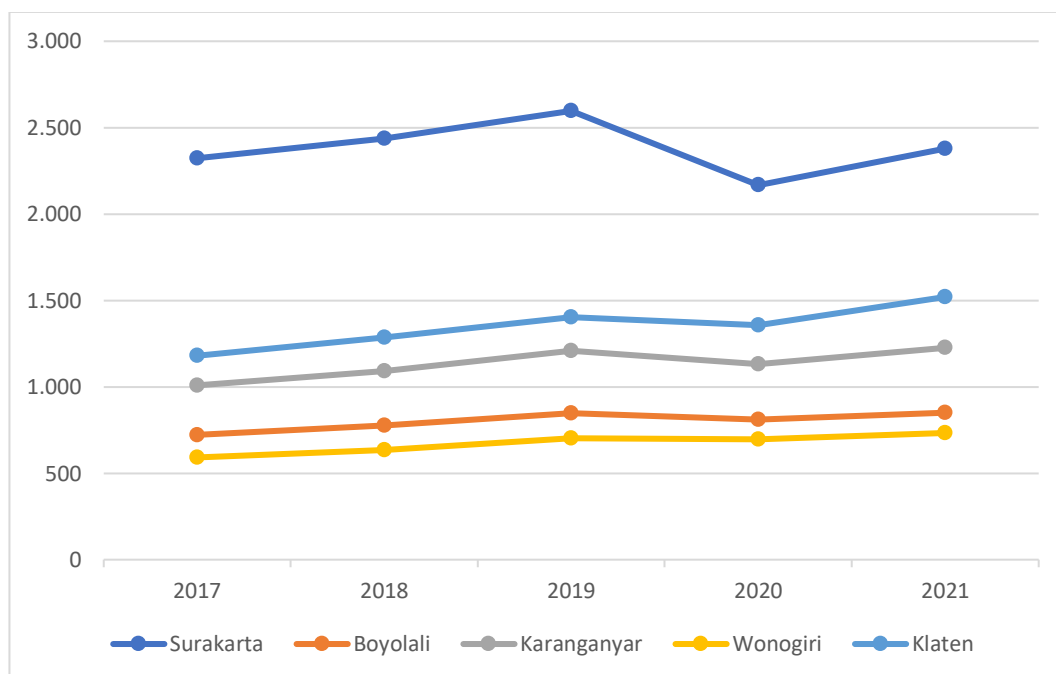
#### D. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan

Berikut merupakan rincian PDRB di Subosukawonosraten dalam Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan pada tahun 2017-2021.

Tabel 65. Produk Domestik Regional Bruto Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan (Rupiah) di Wilayah Subosukawonosraten Tahun 2017-2021

No	Indikator	2017	2018	2019	2020	2021	Rerata
1	Surakarta (juta rupiah)	2.322.960	2.438.520	2.596.800	2.167.240	2.379.350	<b>2.380.974</b>
2	Boyolali (juta rupiah)	722.315	776.471	848.034	810.674	850.386	<b>801.576</b>
3	Karanganyar (juta rupiah)	1.008.700	1.092.710	1.207.960	1.130.250	1.225.770	<b>1.133.078</b>
4	Wonogiri (juta rupiah)	591.550	635.600	702.390	696.700	733.060	<b>671.860</b>
5	Klaten (juta rupiah)	1.180.067	1.284.457	1.404.195	1.357.400	1.519.958	<b>1.349.215</b>
Trend							
1	Surakarta	-	4,97	6,49	-16,54	9,79	<b>1,18</b>
2	Boyolali	-	7,50	9,22	-4,41	4,90	<b>4,30</b>
3	Karanganyar	-	8,33	10,55	-6,43	8,45	<b>5,23</b>
4	Wonogiri	-	7,45	10,51	-0,81	5,22	<b>5,59</b>
5	Klaten	-	8,85	9,32	-3,33	11,98	<b>6,71</b>

Keterangan: Kabupaten Sukoharjo dan Kabupaten Sragen tidak memiliki data lengkap.



Gambar 48. Produk Domestik Regional Bruto Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan (Rupiah) di Wilayah Subosukawonosraten Tahun 2017-2021

Pada perkembangan jumlah PDRB, jumlah tertinggi pada tingkat Kota Surakarta berada di tahun 2019 (2.596.800). Jika dibandingkan dengan

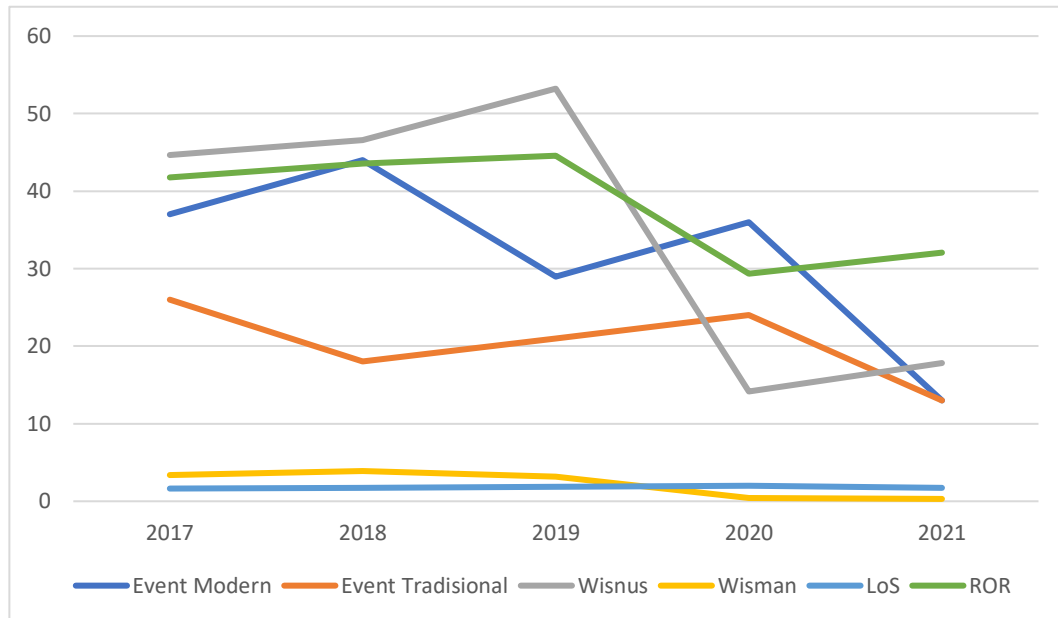
Kabupaten lain di wilayah Subosukawonosraten, rerata PDRB Kota Surakarta merupakan yang paling tinggi yaitu 2.380.974 (dalam juta rupiah).

Namun, jika melihat trend, di tahun 2020 ke lima kota/kabupaten ini sama-sama mengalami penurunan dan Kota Surakarta merupakan wilayah yang mengalami penurunan terbesar (-16,54). Pada tahun terakhir, di Kota Surakarta dan wilayah karesidenan lain mangalami kenaikan. Namun peningkatan PDRB Sub Sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan, Kab. Klaten merupakan yang mengalami peingkatan paling besar (11,98%) disbanding kabupaten lainnya, dan Kota Surakarta kenaikan trendnya lebih tinggi kedua (9,79%) setelah Kab. Klaten. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepariwisataan di Kota Surakarta tumbuh cukup baik dari wilayah lainnya.

#### 6.4. Pengaruh Upaya Pemasaran terhadap Kinerja Pariwisata di Kota Surakarta

Tabel 66. Data Jumlah Event dan Kunjungan di Kota Surakata dalam Kurun 5 Tahun

No	Upaya Pemasaran	2017	2018	2019	2020	2021	Rerata
1	Event modern	37	44	29	36	13	31,80
2	Event tradisional	26	18	21	24	13	20,40
3	Kunjungan wisnus (ratus ribu)	44,69	46,57	53,22	14,16	17,86	35,30
4	Kunjungan wisman (puluh ribu)	3,4	3,9	3,2	0,4	0,3	2,2
5	<i>Length of Stay</i> (hari)	1,65	1,74	1,87	2,00	1,71	1,79
6	<i>Room Occupancy Rate</i> (%)	41,78	43,58	44,57	29,35	32,06	38,27
<b>Trend</b>							
1	Even modern	-	18,92	-34,09	24,14	-63,89	-13,7
2	Even tradisional	-	-30,77	16,67	14,29	-45,83	-11,4
3	Kunjungan wisnus	-	4,22	14,26	-73,39	26,17	-5,26
4	Kunjungan wisman	-	11,95	-16,14	-86,12	-43,68	-26,4
5	<i>Length of Stay</i> (hari)	-	5,15	7,49	7,24	-14,50	4,316
6	<i>Room Occupancy Rate</i> (%)	-	4,31	2,27	-34,15	9,23	-5,89



Gambar 49. Data Jumlah Event dan Kunjungan di Kota Surakarta dalam Kurun 5 Tahun

Pada tabel terlihat bahwa pada event modern, event terbanyak berada di tahun 2018 (44 event) dan untuk event tradisional paling banyak berada di tahun 2017 (26 event). Keduanya kategori event tersebut terjadi penurunan jumlah event di tahun 2021 setelah di tahun sebelumnya mengalami kenaikan jumlah.

Untuk kunjungan wisatawan nusantara, paling tinggi berada di tahun 2019 dengan progress kenaikan 14,26% dan untuk wisatawan mancanegara paling tinggi berada di tahun 2018 dengan progress kenaikan sebesar 11,95%. Durasi lama tinggal paling lama berada di tahun 2020 yaitu 2 hari. Dan tingkat penghunian kamar terbesar berada di tahun 2019 sebesar 44,57%. Pada tahun terakhir, terjadi penurunan kunjungan wisatawan mancanegara, wisatawan nusantara serta naiknya durasi lama tinggal wisatawan. Hal tersebut terjadi bukan dikarenakan adanya event yang terselenggara di tahun tersebut, namun dikarenakan banyaknya event di tahun sebelumnya yang menjadi daya promosi wisata serta didukung dengan gencarnya promosi melalui media sosial di tahun 2021, serta di tahun terakhir perkembangan jumlah kunjungan wisatawan nusantara pulih lebih baik dibandingkan dengan kunjungan wisatawan mancanegara serta jumlah kedua kategori event.

Secara lebih rinci, dari grafik di atas dapat disimpulkan bahwa:



1. Pada tahun 2018, terjadi penurunan jumlah event tradisional dan peningkatan jumlah event modern. Namun jumlah kunjungan baik wisman maupun wisnus sama-sama mengalami peningkatan.
2. Sedangkan pada tahun 2019, jumlah event modern mengalami penurunan namun event tradisional meningkat. Sedangkan, kunjungan wisman menurun dan kunjungan wisnus tetap meningkat. Sehingga, dapat dikatakan bahwa kunjungan wisnus tidak dipengaruhi oleh jumlah event yang diadakan sedangkan wisman dipengaruhi oleh adanya event modern. Maka, dapat dikatakan pula bahwa event tradisional masih tetap berdampak pada kunjungan wisnus namun tidak berdampak begitu besar pada wisman.
3. Pada tahun 2020, event tradisional dan modern ditingkatkan kembali, namun jumlah kunjungan wisatawan justru menurun pesat. Hal tersebut terjadi akibat pandemi Covid-19 yang membuat segala kegiatan dan mobilitas dibatasi, namun setidaknya Dinas Pariwisata telah mengupayakan untuk mengadakan dan memasarkan event lebih banyak.
4. Pada tahun 2018 terjadi peningkatan kunjungan wisman dan wisnus. Hal tersebut berpengaruh pada meningkatnya durasi lama tinggal wisatawan (LoS) dan tingkat hunian kamar (ROR) yang juga meningkat.
5. Adapun pada tahun 2019, di mana kunjungan wisnus meningkat (14,26%) dan kunjungan wisman menurun (-16,14%), namun justru tingkat LoS dan ROR mengalami kenaikan. Hal tersebut diartikan bahwa penghuni hotel/penginapan yang ada lebih banyak diisi oleh wisnus dan wisman kebanyakan tidak menginap di Kota Surakarta.
6. Pada tahun 2020, terjadi peningkatan pada event modern dan tradisional, namun terjadi penurunan kunjungan wisatawan, serta tingkat hunian kamar. Namun Dinas Pariwisata tetap melakukan pemasaran dan agenda pariwisata, event-event tersebut diadakan

secara *hybrid* sehingga tetap memenuhi aspek pemasaran secara digital.

7. Pada tahun 2021, terjadi penurunan jumlah event dan kunjungan wisatawan mancanegara serta durasi lama tinggal. Namun, terjadi peningkatan pada wisnus. Maka hal tersebut dapat diasumsikan bahwa wisatawan domestik yang berkunjung tidak menginap namun hanya melakukan perjalanan pulang-pergi.

### 6.5. Capaian Kinerja Pariwisata dibandingkan Indikator dalam RIPPDA tahun 2017-2021

Berdasarkan hasil analisis pada sub-sub bab sebelumnya, dapat dirangkum ketercapaian kinerja Pariwisata Kota Surakarta terhadap Indikator yang telah ditetapkan dalam RIPPDA tahun 2017-2021. Pada kesempatan ini, dikarenakan keterbatasan data, belum dapat dilakukan analisis Pengeluaran Wisatawan Nusantara dan Penerimaan Devisa dari Wisatawan Mancanegara.

Dari ke lima indikator yang dianalisis, terlihat bahwa hampir keseluruhan target Pariwisata sampai tahun 2021 belum tercapai, meskipun dalam kategori pesimis. Hanya indikator Lama Tinggal Wisatawan Mancanegara yang telah melampaui target pesimis (capaian lama tinggal wisatawan 2,05 hari dari 2 hari yang ditargetkan). Lihat tabel 67.

Tabel 67. Capaian Kinerja Pariwisata Kota Surakarta Sampai Tahun 2021

No.	Indikator	Kondisi Tahun 2017	Satuan	Sampai dengan Tahun 2021		Tercapai/ Tidak tercapai
				Pesimis	Optimis	
1.	Kunjungan Wisatawan Nusantara	4.468.822	Orang	5.435.000	5.625.000	
	Realita			<b>1.786.332</b>		Pesimis, Tidak tercapai
2.	Kunjungan Wisatawan Mancanegara	34,423	Orang	65.000	75.000	
	Realita			<b>2.526</b>		Pesimis, Tidak Tercapai
3.	Lama Tinggal Wisatawan Nusantara	1,55	Hari	1,5	1,7	
	Realita			<b>1.37</b>		Pesimis, Tidak Tercapai
4.	Lama Tinggal Wisatawan Mancanegara	1,75	Hari	2	2,2	
	Realita			<b>2.05</b>		Pesimis, Tercapai

No.	Indikator	Kondisi Tahun 2017	Satuan	Sampai dengan Tahun 2021		Tercapai/ Tidak tercapai
				Pesimis	Optimis	
5.	Produk Domestik Regional Bruto Sub Sektor Hotel dan Resto	7,61	Persen	5,9	6	
	Realita			<b>4,72</b>		Pesimis, Tidak Tercapai

*Sumber: Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2017 -2021, diolah*

## BAB VII HASIL KAJIAN DAN REKOMENDASI

### 7.1. Hasil Kajian Monev Pemasaran Pariwisata

#### 7.1.1. Kedudukan Surakarta dalam Kebijakan Pengembangan Pariwisata Nasional dan Regional

Berdasarkan kajian *external banchmarking*, diperoleh hasil kajian monev pengembangan pemasaran pariwisata Kota Surakarta sebagai berikut:

##### 1. Kota Surakarta sebagai bagian dari DPN Solo-Sangiran dan Sekitarnya serta Hub untuk Kawasan Sekitar

Kajian terhadap RIPPARNAS, RIPPARPROV, kebijakan Destinasi Wisata Super Prioritas, serta ketersediaan infrastruktur pariwisata dan transportasi, maka positioning Pariwisata Kota Surakarta terhadap kawasan yang lebih luas sebagai berikut:

- a. Kota Surakarta termasuk ke dalam DPN Solo - Sangiran dan sekitarnya, tidak termasuk ke dalam 5 Destinasi Super Prioritas, namun demikian Kota Surakarta dapat memerankan diri sebagai hub atau pusat dari KSPP di wilayah Sobasukawonosraten.
- b. Bandara Adi Sumarmo sebagai fasilitas transportasi utama bagi wisatawan mancanegara, perlu ditingkatkan konektifitasnya dengan bandara-bandara Internasional maupun destinasi-destinasi wisata potensial seperti Bali, Singapura, Dubai, dan sebagainya.

##### 2. Fokus Pembangunan Kepariwisataan Kota Surakarta

Berdasarkan kajian terhadap dokumen pembangunan (RPJP dan RPJM) dan rencana spasial RTRW Kota Surakarta, terlihat bahwa kebijakan pembangunan kota secara umum maupun spasial sepenuhnya searah dengan kebijakan pembangunan kepariwisataan. Hal ini terlihat dari:

- a. Visi RPJP maupun RPJM menempatkan 'Kota Budaya' sebagai bentuk/wujud kota yang dituju, yang akan dicapai melalui beberapa pendekatan seperti berbasis lingkungan maupun teknologi (*eco-smart*).

- b. Pencapaian visi tersebut diharapkan akan dicapai melalui kekuatan dan pendekatan pembangunan yang modern, tangguh, gesit dan kreatif untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakatnya.
- c. Dalam konteks spasial, hampir seluruh kawasan yang ditetapkan sebagai kawasan prioritas merupakan destinasi wisata, meliputi: Kawasan stasiun Purwosari dan sekitarnya; Kawasan stasiun Jebres dan sekitarnya; Kawasan Pasar Gede dan sekitarnya; Kawasan Gading dan sekitarnya; Kawasan Pasar Klewer dan sekitarnya; Kawasan Keraton Kasunanan dan sekitarnya; Kawasan Pura Mangkunegaran dan sekitarnya; Kawasan Taman Sriwedari dan sekitarnya; serta Kawasan Taman Balekambang dan sekitarnya.
- d. Pariwisata diharapkan menjadi leader dari seluruh sektor pembangunan di Kota Surakarta.

### **3. Perkembangan Kinerja Pariwisata Kota Surakarta terhadap Wilayah yang lebih Luas**

#### **a. Kunjungan Wisatawan Mancanegara**

- Total Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kota Surakarta berkisar 5,03% dari Kunjungan Wisman di Jawa Tengah dan 0,22% dari Kunjungan Wisman tingkat Nasional.
- Besarnya Kunjungan Wisman relatif bagus (15,35%) dibanding Kabupaten lain di sekitar Surakarta, dimana Kunjungan Wisman Surakarta mencapai (15,35%), dibanding rerata sebesar (16,67%)

#### **b. Kunjungan Wisatawan Domestik**

- Total Kunjungan Wisatawan Domestik (wisnus) di Kota Surakarta berkisar 17.649.784 (9,24)% dari Kunjungan Wisnus di Jawa Tengah dan 8,46% dari Kunjungan Wisnus tingkat Nasional.
- Besarnya Kunjungan Wisnus relatif bagus (48,47%) dibanding Kabupaten lain di sekitar Surakarta, dimana Kunjungan Wisnus Surakarta mencapai (48,47%), dibanding rerata sebesar (14,29 %)

#### **c. Tingkat Hunian Hotel**

- Tingkat hunian hotel di Kota Surakarta sebesar 54,46% dari hunian hotel di tingkat Nasional.
- Besarnya tingkat hunian hotel sangat bagus (56,21%) dibanding Kabupaten lain di sekitar Surakarta, dimana tingkat hunian hotel di Surakarta mencapai (56,21%), dibanding rerata sebesar (16,67%)

**d. Lama Tinggal**

- Durasi lama tinggal wisatawan di Kota Surakarta rata-rata 1,79 hari (66,67%) dari total durasi lama tinggal tingkat Nasional.
- Durasi lama tinggal wisatawan di Kota Surakarta sangat bagus (68,32%) dibanding Kabupaten lain di sekitar Surakarta, dimana durasi lama tinggal wisatawan sebesar (68,32%), dibanding rerata sebesar (14,29%)

**e. PDRB**

- Besar PDRB Kota Surakarta berkisar (2,03%) dari PDRB di Provinsi Jawa Tengah dan 1,99% dari PDB tingkat Nasional.
- Besar PDRB di Kota Surakarta cukup bagus (29,20%) dibanding Kabupaten lain di sekitar Surakarta, dimana besar PDRB Kota Surakarta (29,20%), dibanding rerata sebesar (14,29%).

**7.1.2. Pengaruh Upaya Pemasaran terhadap Kinerja Pariwisata Kota Surakarta**

Berdasarkan analisis komparasi *before after* terhadap kinerja pariwisata apakah dipengaruhi tidak dipengaruhi oleh upaya-upaya pemasaran yang telah dilakukan Dinas Pariwisata Kota Surakarta. Analisis tersebut memporeh hasil kajian sebagai berikut:

1. Pengembangan Pasar Wisatawan melalui penyelenggaraan *event-event* modern dan tradisional.

Penyelenggaraan even modern (SIPA, IMF, BSC, dsb) yang relatif rutin dengan rata-rata penyelenggaraan 1 kali even per tahun, memiliki korelasi kuat dengan kinerja pariwisata khususnya kunjungan wisman dan wisnus yang kemudian juga berpengaruh pada lama tinggal atau tingkat hunian kamar hotel.



Penyelenggaraan even tradisional (Grebeg 1 Suro, Grebeg Sudiro, Sekatenan, dll) yang relatif rutin dengan rata-rata penyelenggaraan 1-2 kali even per tahun, tidak memiliki korelasi kuat dengan kinerja pariwisata yaitu kunjungan wisatawan baik itu wisman ataupun wisnus..

## 2. Pengembangan Citra Pariwisata

### a. *Brand Image*

Pengadaan dan pemasaran *brand image* “*Liburan Aman? Ke Solo Aja*” yang ditampilkan di berbagai media baik digital maupun cetak rutin rata-rata penyelenggaraan 1 kali per tahun, memiliki korelasi kuat dengan kinerja pariwisata khususnya kunjungan wisatawan nusantara dan lama tinggal. Namun tidak begitu berpengaruh pada kunjungan wisman dan tingkat hunian hotel.

### b. *Souvenir/Merchandise*

Pengadaan souvenir dan merchandise yang relatif rutin dengan rata-rata 1 – 3 souvenir per tahun, tidak memiliki korelasi kuat terhadap kunjungan wisatawan serta lama tinggal atau tingkat hunian kamar hotel. Namun dapat menjadi alat pemasaran pasif bagi masyarakat luar.

## 3. Pengembangan Kemitraan Pemasaran Pariwisata

### a. Pengembangan Paket-Paket dan Pola Kunjungan

Pengadaan paket-paket wisata yang relatif rutin dengan banyak paket pertahunnya memiliki korelasi dengan kinerja pariwisata khususnya kunjungan wisatawan nusantara terutama yang baru berkunjung ke Kota Solo. Terlebih jika pemasaran paket wisatanya juga diperkuat.

### b. Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta melalui Program *Business to Business*

Penyelenggaraan *business to business* yang relatif rutin dengan rata-rata penyelenggaraan minimal 1 kali per tahun, cukup memiliki korelasi dengan kinerja pariwisata khususnya kunjungan wisnus.

#### 4. Pengembangan Promosi Pariwisata

- a. Pembuatan booklet wisata (booklet, leaflet, Calender Events, Culinary Guide Book, Buku Profil Wisata, Kajian Pariwisata).

Pengadaan booklet wisata yang tidak rutin dengan rata-rata penyelenggaraan 0-1 kali per tahun, memiliki korelasi dengan kinerja pariwisata khususnya kunjungan wisnus, terlebih apabila penyebaran booklet lebih masif dilakukan.

- b. Pemanfaatan sarana media sosial

Pembuatan dan pemanfaatan media sosial (instagram, facebook, youtube twitter, bahkan website) yang relatif rutin dalam kiriman promosinya dengan rata-rata penyelenggaraan minimal 1 media sosial yang ditindaklanjuti per tahun, memiliki korelasi kuat dengan kinerja pariwisata khususnya kunjungan wisnus. Melihat kinerja pada tahun 2021, walau sedang pemulihan pandemi tetapi dengan penggiatan pemasaran di media sosial, jumlah kunjungan sedikit meningkat dari tahun sebelumnya.

- c. Media Sosial (pihak eksternal)

Pembuatan dan pemanfaatan media sosial (instagram, facebook, youtube twitter, bahkan website) yang memanfaatkan buzzer dan relatif rutin dalam kiriman promosinya dengan rata-rata penyelenggaraan minimal 1 media sosial yang ditindaklanjuti per tahun, cukup memiliki korelasi dengan kinerja pariwisata khususnya kunjungan wisnus.

- d. Pembuatan Ornamen Pemasaran *City Branding*

Pembuatan ornamen *city branding* seperti pembuatan video baik yang ditayangkan langsung atau yang dimasukkan ke dalam *compact disc*, yang relatif tidak rutin dengan rata-rata penyelenggaraan 0-1 kali per tahun, sedikit memiliki korelasi terhadap kinerja pariwisata khususnya kunjungan wisnus. Lebih detailnya, hanya pada tahun 2018 dan 2021 berpengaruh terhadap kenaikan kunjungan wisnus.

- e. Pemasaran di Media Massa

Penyelenggaraan pemasaran di media massa (baliho, koran, televisi, dll) yang tidak rutin dengan rata-rata penyelenggaraan 0-3 kali per tahun, sedikit memiliki korelasi dengan kinerja pariwisata khususnya kunjungan wisnus, dan lebih sedikit lagi korelasinya dengan kunjungan wisman.

5. Penguatan Organisasi Kepariwisata

a. Pengoptimalan peran Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD)

Pengotimalan BPPD sebagai asosiasi pemasaran pariwisata yang relatif rutin dengan rata-rata penyelenggaraan 1 kali per tahun tahun, tidak begitu memiliki korelasi kuat dengan kinerja pariwisata khususnya kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara.

b. Menjalinkan kerjasama dengan *stakeholder* internal dan eksternal.

Penyelenggaraan program bersama stakeholder internal dan eksternal yang relatif rutin dengan rata-rata penyelenggaraan minimal 1 kali per tahun, cukup memiliki korelasi dengan kinerja pariwisata khususnya kunjungan wisatawan nusantara. Pada tahun 2018 memiliki 2 program kerjasama dan dampaknya terjadi kenaikan jumlah wisman dan wisnus di tahun 2019. Pada tahun 2019 hanya 1 kali program kerjasama sehingga pada tahun 2020 terjadi penurunan ditambah juga dengan adanya pandemi covid. Kemudian pada tahun 2020 Dinas Pariwisata menyelenggarakan kerjasama lebih banyak dari tahun sebelumnya sehingga dapat terjadi peningkatan wisatawan terutama wisatawan nuantara di tahun 2021.

## 7.2. Rekomendasi

### 7.2.1. Rekomendasi Konsep Dasar Pengembangan Pariwisata

Berdasarkan kajian trend kinerja pariwisata, terlihat bahwa kinerja yang diperoleh pada tahun 2021, hampir secara keseluruhan belum mencapai target (hanya lama kunjungan wisman yang sudah tercapai targetnya). Meskipun faktor penyebab utamanya adalah pandemi Covid 19, kondisi ini

perlu disikapi dengan bijak dengan meningkatkan *effort* upaya pemasaran di tahun-tahun berikutnya.

Jika dilihat lebih rinci, kunjungan wisatawan merupakan indikator awal dari indikator-indikator keberhasilan kepariwisataan lainnya, khususnya seperti kunjungan hotel dan lama tinggal. Untuk itu besarnya upaya pemasaran wisata secara umum di tahun-tahun mendatang (2021-2026) ditinjau dari besarnya pengaruh upaya pemasaran terhadap kinerja kunjungan wisatawan tahun 2017-2021.

Besaran *effort* (trend perkembangan yang ditargetkan) ditentukan berdasarkan kinerja tahun 2021 untuk mencapai target tahun 2026 sebagaimana indikator kunjungan wisatawan yang telah ditetapkan pada Ripparda Kota Surakarta. Lihat tabel 68.

Tabel 68. Rekomendasi Effort/Trend Yang dibutuhkan untuk Mengejar Target Indikator Pariwisata Tahun 2026

No.	Indikator	Kondisi Tahun 2015	Satuan	Capaian Tahun 2021	Prosentase Peningkatan upaya ( <i>effort</i> ) per tahun			Target Sampai dengan Tahun 2026	
				Realistis	Pesimis	Optimis	Pesimis	Optimis	
1.	Kunjungan Wisatawan Nusantara	4.106.239	Orang	1.786.332	72,38%	73,53%	6.468.000	6.748.000	
2.	Kunjungan Wisatawan Mancanegara	36.546	Orang	2.526	98,09%	98,34%	132.000	152.000	

Untuk mengetahui rekomendasi besaran *effort* masing-masing upaya pemasaran di tahun-tahun mendatang dibanding dengan apa yang telah dilakukan sebelumnya, dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 69. Rekomendasi Effort Upaya Pemasaran

Upaya Pemasaran		Eksisting (Jumlah dan peningkatan per tahun)	Pengaruh terhadap kunjungan Wisnus	Pengaruh terhadap kunjungan Wisman	Rekomendasi
<b>1</b>	<b>Pengembangan Pasar Wisatawan</b>				
a	Penyelenggaraan Event Modern	Jenis 159 event. Rerata 31,8 kali atau -48% per tahun.	Pengaruh tidak kuat	Pengaruh kuat	Perlu penambahan jenis event, frekuensi penyelenggaraan,

Upaya Pemasaran		Eksisting (Jumlah dan peningkatan per tahun)	Pengaruh terhadap kunjungan Wisnus	Pengaruh terhadap kunjungan Wisman	Rekomendasi
					dan atau perluasan target pengunjung/ partisipan event.
	Penyelenggaraan Event Tradisional	Jenis 102 event. Rerata 20 kali atau -25,57% per tahun.	Pengaruh tidak kuat	Pengaruh tidak kuat	Jenis even dan frekuensi penyelenggaraan cukup.
b	Kalender Event	Jenis 5 kalender event per tahun. Rerata 1 kalender event per tahun.	Pengaruh kuat	Sedikit Pengaruh	Pengoptimalan kalender event dalam berbagai bentuk (digital dan cetak) serta dalam bentuk kumpulan event selama satu tahun dalam bentuk softfile yang mudah diakses di website dsb.
<b>2 Pengembangan Citra Pariwisata</b>					
a	Penguatan Brand Image	Jenis 7 kegiatan. Rerata 1 kali per tahun.	Pengaruh tidak kuat	Pengaruh tidak kuat	Perlu upaya yang lebih variatif dan kreatif agar brand image memberi dampak lebih kuat pada kunjungan wisatawan.
b	Souvenir/Merchandise	Jenis 10 souvenir. Rerata 10 souvenir per tahun.	Pengaruh tidak kuat	Pengaruh tidak kuat	Pembuatan souvenir cukup karena tidak begitu berpengaruh pada kunjungan wisatawan karena sekedar tanda mata, namun dapat dijadikan alat pemasaran pasif.

Upaya Pemasaran	Eksisting (Jumlah dan peningkatan per tahun)	Pengaruh terhadap kunjungan Wisnus	Pengaruh terhadap kunjungan Wisman	Rekomendasi	
<b>3 Pengembangan Kemitraan Pemasaran Pariwisata</b>					
a	Pengembangan Paket-Paket dan Pola Kunjungan	39 <i>travel agent</i> . Rerata 9 <i>travel agent</i> per tahun.	Pengaruh tidak kuat	Pengaruh tidak kuat	Pengembangan <i>travel agent</i> dan pemasaran melalui kanal informasi digital yang mudah diakses.
b	Pemasaran Pariwisata Kota Surakarta melalui Program <i>B to B</i>	11 kegiatan <i>business to business</i> . Rerata 1-2 kegiatan per tahun.	Pengaruh cukup kuat	Pengaruh tidak kuat	Pengoptimalan kegiatan <i>b to b</i> dengan lebih variatif dan menjangkau peserta lebih luas baik dari stakeholder lokal maupun asing.
<b>4 Pengembangan Promosi Pariwisata</b>					
a	Pembuatan booklet wisata (booklet, leaflet, Calender Events, Culinary Guide Book, Buku Profil Wisata, Kajian Pariwisata).	Terdapat 15 booklet. Rerata 3 booklet per tahun.	Pengaruh kuat	Pengaruh tidak kuat	Pengembangan booklet-booklet kepariwisataan baik digital maupun cetak dan mudah diakses ataupun mudah dibawa wisatawan serta informatif secara lengkap.
b	Pemanfaatan sarana media sosial	Terdapat 5 media sosial. Rerata 3 media sosial per tahun yang ditindaklanjuti.	Pengaruh kuat	Pengaruh tidak kuat	Pengembangan dan pengoptimalan media sosial akun resmi dalam kancah lokal sudah cukup, maka lebih diperluas untuk menjangkau wisman
c	Media Sosial (buzzer)	6 <i>platform</i> media sosial dan fasilitasnya.	Pengaruh kuat	Pengaruh tidak kuat	Pemanfaatan akun buzzer di berbagai media sosial dalam kancah lokal sudah



Upaya Pemasaran		Eksisting (Jumlah dan peningkatan per tahun)	Pengaruh terhadap kunjungan Wisnus	Pengaruh terhadap kunjungan Wisman	Rekomendasi
		Rerata 1-2 akun ditindaklanjuti per tahun.			cukup, maka lebih diperluas untuk menjangkau wisman
d	Pembuatan Ornamen Pemasaran <i>City Branding</i>	5 kali produksi video <i>city branding</i> . Rerata 1 produksi per tahun	Pengaruh tidak kuat	Pengaruh tidak kuat	Memproduksi video <i>city branding</i> dengan konsep untuk lebih menarik wisnus terutama wisman. Misalnya sebagai souvenir atau beralih ke platform digital yang lebih mudah diakses.
e	Pemasaran di Media Massa	1205 kali penayangan/pemasaran di media massa. Rerata penayangan 150 kali per tahun melalui beragam sumber.	Pengaruh tidak kuat	Pengaruh tidak kuat	Pemasangan video promosi di berbagai media massa lebih dirutinkan di media massa lain secara merata serta diikuti dengan promosi <i>calendar event/event</i> yang akan diadakan dalam waktu dekat
<b>5 Penguatan Organisasi Kepariwisata</b>					
a	Pengoptimalan peran Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD)	Rutin pengisian informasi di web dan medias sosial Instagram. Rerata 1 kali sebulan atau 12 kali pertahun.	Pengaruh tidak kuat	Pengaruh tidak kuat	Pengenalan website dan apa itu BPPD dengan lebih ramah wisatawan, kemudahan dan keunikan dalam mengakses.
b	Menjalin kerjasama dengan <i>stakeholder</i> internal dan eksternal	10 Asosiasi Industri Pariwisata dan 8 kerjasama eksternal dengan	Pengaruh sedikit kuat	Pengaruh tidak kuat	Memperbanyak dan memepluas kerjasama dengan pemerintah daerah lain terutama daerah-daerah

	Upaya Pemasaran	Eksisting (Jumlah dan peningkatan per tahun)	Pengaruh terhadap kunjungan Wisnus	Pengaruh terhadap kunjungan Wisman	Rekomendasi
		pemerintah daerah lain. Rerata 1 kali per tahun			yang memiliki potensi wisatawan tinggi.

### 7.2.2. Rekomendasi Program Kegiatan Pemasaran Pariwisata

Tabel 70. Rekomendasi Program dan Kegiatan Pembangunan Pemasaran Pariwisata

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
1	Memanfaatkan produk baru dan produk yang diperbarukan dalam kegiatan promosi sesuai target pasar	Pemanfaatan produk baru dan produk yang dibaharukan dalam kegiatan promosi pariwisata sesuai target pasar	Termanfaatkannya produk baru dan produk yang dibaharukan dalam kegiatan promosi sesuai target pasar	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Asosiasi Travel dan Agen Indonesia (ASITA)	Terdapat 2 kategori event: 1. Event modern= 159 event 2. Event Tradisional= 102 event	Indikator Capaian terlampaui.  Event modern memiliki korelasi kuat terhadap jumlah wisatawan mancanegara (wisman). Wisatawan nusantara (wisnus) tidak dipengaruhi oleh event.	Sasaran penyelenggaraan event agar difokuskan pada 2 aspek: ✓ Meningkatkan jangkauan peserta/partisipan internasional ✓ Pelaksanaan event memaksimalkan peran pelaku industri pariwisata lokal.
2	Mengoptimalkan program pemasaran yang bersifat <i>business to business</i>	Pembuatan Program Pemasaran <i>business to business</i>	Terlaksananya Program Pemasaran <i>business to business</i>	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Industri kepariwisataan	MICE Mart, Familiarity Trip, Bengawan Solo Travel (BTM) Mart, Solo City Travel Familiarity Trip, Solo Night at Bali, Solo to Balikpapan, Dubai Travel Mart, Matta Fair.	Indikator Capaian terlampaui.  <i>B to B</i> memiliki korelasi cukup kuat terhadap kunjungan wisnus.	✓ <i>B to B</i> perlu ditingkatkan dengan memperluas jangkauan objek yang dikenalkan, terutama wisman. ✓ Menkuatkan kesan keramahan tradisi Jawa dalam berinteraksi dengan budaya lainnya.

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
3	Meningkatkan promosi pariwisata melalui media sosial	Pemanfaatan sarana media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lain-lain, untuk memasarkan wisata minat khusus sebagai wisata grup atau kelompok	Adanya pemasaran wisata minat khusus melalui sarana media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lain-lain	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Perangkat Daerah bidang Komunikasi dan Informatika	Instagram: @pariwisatasolo: 23.000 followers @disbudparska: 3,024 followers @uptmuseum_surakarta : 1,357 followers Facebook: Info Pariwisata Solo (9.700 likes & 10.000 followers) Twitter @pariwisatasolo (2,469 followers) Youtube: Disbudpar Surakarta (9,050 subscribers) Pariwisata Solo (5,280 subscribers)	Indikator Capaian terlampaui  Pemanfaatan media sosial (buzzer) memiliki korelasi kuat pada tingkat kedatangan wisatawan, terutama wisnus.	✓ Disbudpar perlu meningkatkan promo melalui medsos instagram. ✓ Pemasaran melalui media sosial perlu terus dikembangkan bahkan hingga ke masyarakat internasional.
4	Mengoptimalkan pemasaran produk wisata minat khusus melalui website	Penguatan promosi wisata minat khusus dengan membuat website-website	Adanya website khusus untuk wisata minat khusus	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Perangkat Daerah bidang Komunikasi dan Informatika	2 website: <a href="https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/">https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/</a> dan <a href="https://solocity.travel/">https://solocity.travel/</a>	Indikator Capaian belum terlampaui  Website yang ada masih bersifat umum, belum menggarap wisata minat khusus secara lebih spesifik.	✓ Perlu dibuat website khusus wisata minat khusus dengan konten antara lain: Pusaka Solo, batik <i>eco culture</i> , dsb.

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
5	Mengembangkan basis data dan informasi produk wisata di destinasi-destinasi pariwisata yang updated, terintegrasi, dan antisipatif terhadap akses pasar yang semakin kritis/smart untuk pengaturan perjalanan	Pembaharuan basis data dan informasi produk wisata di destinasi-destinasi pariwisata yang updated, terintegrasi, dan antisipatif terhadap akses pasar yang semakin kritis/smart untuk pengaturan perjalanan	Tersedianya basis data dan informasi produk wisata di destinasi-destinasi pariwisata yang updated, terintegrasi, dan antisipatif terhadap akses pasar yang semakin kritis/smart untuk pengaturan perjalanan	Perangkat Daerah bidang Pariwisata	Sudah terciptanya aplikasi TIC Online "Let's go to Solo"	Indikator capaian terlampaui  Pengadaan TIC sedikit memiliki korelasi terhadap kunjungan wisatawan.	✓ Perlu pengembangan TIC online dan informasi terkait TIC online agar wisatawan dapat mudah dan faham mengaksesnya.
6	Mengoptimalkan pengembangan serta diversifikasi produk wisata minat khusus sesuai keunggulan sumber daya yang dimiliki	Identifikasi produk wisata minat khusus	Teridentifikasinya obyek-obyek wisata yang bisa dikembangkan ke arah minat khusus	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Asosiasi Travel dan Agen Indonesia (ASITA)	Pembuatan Profil Wisata tahun 2021 dan tahun 2022	Indikator capaian terlampaui.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pembuatan buku profil wisata yang <i>up to date</i> dengan kondisi kepariwisataan Kota Surakarta.</li> <li>✓ Pembuatan buku profil wisatawan dikemas dengan versi buku dan <i>pocketbook</i> atau versi digital agar wisatawan mudah mengakses.</li> </ul>

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
		Pengembangan atraksi serta kegiatan wisata minat khusus	Berkembangnya atraksi serta kegiatan wisata minat khusus	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Asosiasi Travel dan Agen Indonesia (ASITA)	Atraksi Wisata Minat Khusus yg baru meliputi: a. Wisata Kuliner b. Wisata Kampung Batik Laweyan c. Wisata Village Dinner d. Solo Jeep Adventure e. Solo Raya Cycling Tour f. Private Trip Mount Lawu & Merbabu	Indikator capaian terlampaui.  Adanya wisata khusus memiliki korelasi terhadap kunjungan wisatawan dengan minat khusus.	✓ Pengadaan informasi dan pengaksesan wisata khusus di website atau media sosial.
7	Memprioritaskan pengembangan produk berdasarkan pertimbangan daya tarik/minat pasar ( <i>market attractiveness</i> ) dan kekuatan kompetisi ( <i>competitive strenghts</i> ) untuk menarik pasar (sesuai target pasar yang dituju)	Pembuatan program promosi yang memprioritaskan pengembangan produk berdasarkan pertimbangan daya tarik/minat pasar ( <i>market attractiveness</i> ) dan kekuatan kompetisi ( <i>competitive strenghts</i> ) untuk menarik pasar	Adanya program promosi yang memprioritaskan pengembangan produk berdasarkan pertimbangan daya tarik/minat pasar ( <i>market attractiveness</i> ) dan kekuatan kompetisi ( <i>competitive strenghts</i> ) untuk menarik target pasar yang dituju	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Asosiasi Travel dan Agen Indonesia (ASITA); 3. Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI); 4. Badan Promosi Pariwisata Daerah	Market Attractiveness: Millenials & minat khusus: Mangkunegaran Performing Art, SIPA (Solo International Performing Arts), Jeep Adventure, Solo Batik Fashion, <i>Wellness tourism (Spa &amp; Sport tourism)</i> , Mural di Flyover Manahan dan Jl. Gatot Subroto, Wisata Heritage Palace, Festival Musik Jazz,	Indikator capaian terlampaui.  Pengembangan produk yang memperhatikan <i>market attractiveness</i> berkolerasi dengan wisatawan yang memiliki <i>market attractiveness</i> tersebut.	✓ Dikembangkannya informasi terkasit pariwisata yang memiliki <i>market attractiveness</i> yang tinggi sehingga lebih fokus terhadap target pasar.



**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
					Promosi: Produk aplikasi smartphone "Let's Go To Solo" Pemasaran melalui instagram dan content creator.		
8	Menguatkan promosi wisata minat khusus melalui website	Penguatan promosi wisata minat khusus dengan membuat website-website	Adanya website khusus untuk wisata minat khusus	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata;  2. Perangkat Daerah bidang Komunikasi dan Informatika	Tidak ada website khusus untuk wisata minat khusus.	Indikator capaian belum terlampaui.	✓ Dikembangkannya website khusus untuk pariwisata minat khusus. ✓ Penyebaran informasi terkait website pariwisata minat khusus
9	Mengoptimalkan program public relation (PR) yang aktif	Pembuatan program public relation (PR) yang kreatif dan sesuai dengan peningkatan brand image	Adanya program <i>public relation</i> (PR) yang kreatif dan sesuai dengan peningkatan <i>brand image</i>	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata;  2. Badan Promosi Pariwisata Daerah	Dilaksanakannya: a. Pelatihan Pemandu Wisata Alam (22-24 Juni 2021) di The Sunan Hotel Solo b. Pelatihan Pemandu Wisata Budaya (Kuliner & Belanja)	Indikator capaian terlampaui.  Public relation yang berkualitas dapat meningkatkan kesan positif dan branding positif di kalangan wisatawan.	✓ Pengembangan kualitas <i>public relation</i> melalui pelatihan-pelatihan.

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
					(Selasa-Kamis 12-14 November 2019) di Hotel Harris, diikuti 50 peserta c. Pelatihan Pegiat Media Sosial (25-27 Juni 2019) di Hotel Harris Pop Solo, diikuti 30 pegiat sosmed.		
10	Memperluas cakupan promosi	Memperluas cakupan promosi ke tataran nasional dan internasional	Cakupan promosi yang mencapai tataran nasional dan internasional dengan menggunakan sarana internet	Perangkat Daerah bidang Pariwisata	✓ Promosi ke luar negeri belum secara langsung dilakukan melalui saran internet. Namun melalui beberapa program b to b dengan stakeholder internasional, pihak dari mancanegara tersebut dapat mempromosikan pengalamannya selama berwisata di Kota Solo di kanal media sosialnya.	Indikator capaian terlampaui.  Pengadaan promosi ke luar negeri sudah dilakukan namun dikarenakan kurang masif dan terfokus sehingga kurang berdampak pada kunjungan wisman.	Pengembangan dan memasifkan promosi baik secara media sosial ataupun B to B yang bekerjasama stakeholder luar negeri.

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
					✓ Promosi di dalam negeri sudah menggunakan sarana internet seperti; media sosial Instagram, facebook, twitter, website, blog, dsb)		
11	Pengembangan program yang bermuara pada brand image yang telah ditetapkan	Perlu dibuatnya program pemasaran yang komprehensif yang bermuara pada peningkatan <i>brand image</i> positif dari destinasi pariwisata daerah	Adanya program-program pemasaran yang komprehensif yang bermuara pada peningkatan brand image positif dari destinasi pariwisata daerah	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Badan Promosi Pariwisata Daerah	Terealisasinya: 1. Booklet Calender Event 2021-2019 2. Baliho " <i>Liburan Aman? Ke Solo Aja</i> " 3. Videotron di berbagai daerah 4. Booklet profil, city map, kuliner solo, dsb.	Indikator Capaian terlampaui  Adanya program pemasaran yang komprehensif dan jelas sudah cukup dilakukan	Pengembangan program pemasaran brand image yang berkesinambungan dan dapat dikembangkan.
12	Mengoptimalkan penyelenggaraan event-event pariwisata berskala nasional dan internasional	Penyelenggaraan Gelar Seni Budaya Tingkat Nasional	Terlaksananya Gelar Seni Budaya Nasional tiap tahun	Perangkat Daerah bidang Pariwisata	Terealisasinya: 1. Solo Batik Fashion (diadakan di tahun 2017-2019 di Balaikota, Kampung Batik Laweyan dan Solo Paragon Mall) 2. Festival Keroncong (Rutin diadakan setiap tahun 2017-2018,	Indikator Capaian terlampaui  Event modern memiliki korelasi kuat terhadap kunjungan wisman. Wisnus tidak terpengaruh atas jumlah event, nilainya tetap tinggi.	✓ Mengadakan gelar seni budaya secara rutin dan terjadwal serta pemasaran di media sosial, platform digital maupun calendar event cetak.

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
					<p>diadakan di Balaikota dan Benteng Vasterburg)</p> <p>3.Solo Batik Carnival (2017-2019) di Sriwedari dan Balaikota</p> <p>4.Solo Menari (2017-2019) di Balaikota, Sriwedari, Benteng Vastenburg, Solo CFD dan ISI Surakarta.</p>		
		Penyelenggaraan event pariwisata yang berskala nasional maupun internasional seperti parade seni, upacara adat, dan festival seni pertunjukan tradisional	Terselenggaranya event pariwisata yang berskala nasional maupun internasional.	Perangkat Daerah bidang Pariwisata	<p>Terealisasinya:</p> <p>1.Pentas Wayang Kulit (2017-2021) di Balaikota Surakarta dan daerah lainnya.</p> <p>2.Kirab Malam 1 Suro (2017-2019) di Keraton Surakarta Hadiningrat</p> <p>3.Kirab Pusaka Dalem (2017-2019) di Pura Mangkunegaran</p> <p>4.Festival Kethoprak (2020-2017) di Taman Balekambang</p> <p>5.Solo International Gamelan Festival</p>	<p>Indikator Capaian terlampaui</p> <p>Even modern memiliki korelasi kuat terhadap jumlah wisman. Event tradisional juga dapat menarik wisnus.</p>	<p>✓ Pengadaan event dengan target dan wadah lebih luas (internasional) untuk lebih menarik wisman.</p> <p>✓ Pengemasan dan pemasaran event tradisional secara modern/ramah turis serta pemasaran di kancah internasional.</p>

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
13	Penetapan brand image untuk meningkatkan posisi tawar yang lebih tinggi	Perlunya dibuatnya brand image destinasi pariwisata daerah	Adanya brand image destinasi pariwisata daerah	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Badan Promosi Pariwisata Daerah	Belum ada Penetapan payung hukum logo <i>brand image</i> .	Indikator belum terlampaui	Penetapan payung hukum untuk logo brand image.
14	Mengoptimalkan pembenahan dan pengembangan produk yang mendukung strategi pencitraan/branding	Pembenahan dan pengembangan produk yang mendukung strategi pencitraan/branding	Adanya strategi pengembangan produk yang mendukung strategi pencitraan/branding	Perangkat Daerah bidang Pariwisata;	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Terealisasinya event modern yang dikunjungi wisman</li> <li>✓ Terealisasinya pembuaatan souvenir: kain batik, keris, gantungan kunci, pembatas buku, hiasan miniatur wayang, hiasan miniatur topeng klono, hiasan miniatur gamelan, totebag "Solo".</li> </ul>	Indikator Capaian terlampaui <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pengadaan event modern memiliki korelasi terhadap wisman</li> <li>✓ Souvenir tidak memiliki korelasi kuat terhadap kunjungan wisatawan, namun sekedar kenang-kenangan. Namun dapat menjadi potensi pemasaran secara pasif</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Penyelenggaraan event modern dan pengadaan souvenir secara rutin</li> </ul>
15	Reformasi dalam keikutsertaan semua jenis event yang didasarkan pada target pasar yang	Berpartisipasi dalam setiap event-event pariwisata maupun pentas seni dan kebudayaan	Partisipasi dalam setiap event-event pariwisata maupun pentas seni dan kebudayaan nasional	Perangkat Daerah bidang Pariwisata	Belum ada database pengunjung/ participant tiap event.	Indikator belum terlampaui	✓ Pengadaan database partisipan tiap event untuk mengetahui

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
	berfokus dan intelligent marketing	skala nasional maupun internasional	maupun internasional				perkembangan suatu event dan pengaruhnya.
16	Pembaharuan program promosi pariwisata yang kreatif lewat website	Pembaharuan materi promosi pariwisata di tourism website	Terbaruinya materi promosi pariwisata di tourism website	Perangkat Daerah bidang Pariwisata	2 website terupdate: <a href="https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/">https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/</a> <a href="https://solocity.travel/">https://solocity.travel/</a>	Indikator Capaian terlampaui  Website memiliki korelasi cukup kuat terhadap kunjungan wisatawan terutama wisnus.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pengembangan materi promosi pariwisata di website.</li> <li>✓ Penyebaran informasi website kepariwisataan lebih ditonjolkan agar website lebih optimal.</li> </ul>
17	Mengembangkan paket-paket dan pola kunjungan yang kreatif dan terfokus pada target pasar dan minat terhadap produk	Pelibatan hotel dan <i>tour agency</i> untuk pengembangan paket-paket dan pola kunjungan yang kreatif dan terfokus pada target pasar dan minat terhadap produk	Terlibatnya hotel dan <i>tour agency</i> untuk pengembangan paket-paket dan pola kunjungan yang kreatif dan terfokus pada target pasar dan minat terhadap produk	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Asosiasi Travel dan Agen Indonesia (ASITA); 3. Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI)	Menurut ASITA, terdata 16 paket wisata tersebar dengan pola kunjungan wisata di antaranya; <i>adventure/kuliner</i> , budaya, <i>city tour</i> dan workshop.	Indikator Capaian terlampaui  <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Sudah ada pengembangan paket wisata dan sejumlah <i>travel agent</i> di Kota Surakarta.</li> <li>✓ Pengembangan paket wisatawan kurang memiliki korelasi terhadap daya kunjung wisatawan ke Kota Surakarta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pengembangan paket-paket wisatawan dan informasinya yang terpusat dan jelas agar mudah diperoleh.</li> <li>✓ Pemasaran paket-paket wisata dan <i>travel agent</i> yang lebih ramai dan <i>up to date</i> sebagai informasi bagi wisatawan.</li> </ul>



**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
18	Mengoptimalkan program dukungan pemberdayaan masyarakat peduli lingkungan dalam promosi produk pariwisata	Perlibatan lembaga swadaya masyarakat lingkungan dalam perencanaan promosi produk pariwisata	Terlibatnya lembaga swadaya masyarakat lingkungan dalam perencanaan promosi produk pariwisata	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Lembaga Swadaya Masyarakat	Beberapa event melibatkan dasawisama, seperti:  1. Blangkon Festival 2. Semarak Budaya Indonesia 3. Creavest 4. Solo Art Camp 5. Event kelurahan 6. Imlek Festival 7. Solo Batik Fashion 8. dll	Indikator Capaian terlampaui  ✓ Pelibatan dasawisama dalam beraga kegiatan kepariwisataan. Keterlibatan berpotensi berpengaruh pada efektivitas pengadaan event dan upaya pemasaran lain karena dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas.	✓ Pengembangan event dengan pelibatan dasawisama secara rutin.
19	Menempatkan masyarakat dan sumber daya alam dan budaya sebagai konsep sentral program pemasaran pariwisata	Pembuatan program yang melibatkan masyarakat dalam proses perencanaannya	Adanya program promosi pemasaran yang melibatkan masyarakat dalam proses perencanaannya	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Badan Promosi Pariwisata Daerah			
20	Mengoptimalkan kemitraan pemerintah dan swasta dalam pemasaran dan promosi	Pengoptimalan kemitraan pemerintah & swasta dalam pemasaran & promosi	Adanya kemitraan antara pemerintah dengan swasta untuk promosi	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Industri kepariwisataan	Bentuk promosi kemitraan yang terealisasi dan cukup optimal karena melibatkan forum Subosukowonosraten, seluruh Indonesia dan jurnalis/vlogger/pelaku	Indikator Capaian terlampaui  Promosi kemitraan memiliki korelasi sedikit kuat terhadap kunjungan wisatawan terutama wisnus.	✓ Pengadaan promosi kemitraan secara rutin untuk tingkat pemasaran yang lebih luas.  ✓ Pengadaan kerjasama pemasaran pariwisata dengan daerah yang memiliki potensi pemasaran pariwisata

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
					industri dari mancanegara: 1. Familiarity Trip (FamTrip) 2020 2. Bengawan Solo Travel Mart (BTM) 2019 3. Famtrip Historical Thailand 2019 4. Solo City Flashpacker Familiarity Trip (FamTrip) 2019 5. Solo City Travel Familiarity Trip (FamTrip) 2019 6. Dsb.		yang besar, contoh: Bali, Jakarta, Malang, dsb.
21	Memperluas jejaring website promosi pariwisata dengan website terkait yang mempromosikan destinasi pariwisata	Membuat kerjasama dengan website-website lain untuk saling bertukar link	Terciptanya jejaring dunia maya yang semakin luas	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Perangkat Daerah bidang Komunikasi dan Informatika; 3. Badan Promosi Pariwisata Daerah;	Tidak ada data terkait website kaperiwisataan luar kota, namun Dinas Pariwisata telah menjalankan beragam kerjasama dengan stakeholder luar kota: 1. Sosialisasi Peningkatan Kerja Sama Antar Daerah (Wisata Industri) oleh Dispar	Indikator Capaian belum terlampaui	✓ Mengadakan kerjasama dengan website lain dalam promosi pariwisata, misalnya kolaborasi event sehingga berkolaborasi website.

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
					Kab. Bekasi di Kota Surakarta 2. Tukar menukar informasi kepariwisataan (Subosukowonosraten, Kota Bandung, Kota Surabaya, Kota Bogor, ) 3. Pembuatan video promosi pariwisata bersama (kuliner Solo Yogyakarta)		
22	Meningkatkan sinergi promosi	Peningkatan sinergi promosi dengan sektor-sektor lain	Terjadinya sinergi promosi dengan sektor-sektor lain	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Perangkat Daerah bidang Perencanaan Pembangunan; 3. Badan Promosi Pariwisata Daerah;	Sudah terealisasinya pembuatan calendar event.  Sudah terealisasinya transportasi wisata, seperti: Bus Tingkat Werkudara, Sepur Kluthuk Jaladara, dsb.	Indikator Capaian terlampaui  Kerjasama dengan sektor lain memiliki korelasi terhadap tercukupinya sarana dan prasarana penunjang pariwisata.	✓ Pengembangan kerjasama dengan sektor lain untuk pengembangan fasilitas penunjang kepariwisataan. Misalnya, fasilitas kesehatan darurat atau toilet darurat, dsb.

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
23	Mengoptimalkan fungsi dan keberadaan komunitas-komunitas pasar potensial untuk melakukan penetrasi pasar	Pengidentifikasian dan pemanfaatan komunitas-komunitas masyarakat untuk memasarkan produk pariwisata	Teridentifikasinya komunitas-komunitas masyarakat untuk memasarkan produk pariwisata	Perangkat Daerah bidang Pariwisata	Terdapat komunitas <sup>2</sup> yang telah teridentifikasi untuk pemasaran wisata: 1. <i>Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies</i> (ASITA) 2. Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia 3. BPPD Kota Surakarta (Badan Promosi Pariwisata Daerah) 4. Dsb.	Indikator terlampai.  Capaian	✓ Pengembangan informasi terkait komunitas promosi pariwisata. ✓ Pemasaran dan penyebaran informasi terkait komunitas pariwisata Kota Surakarta.
24	Mengembangkan pola-pola insentif terhadap semua upaya promosi dari para <i>stakeholders</i> yang mendasarkan pada konsep <i>responsible tourism</i>	Pembuatan aturan-aturan dalam penentuan pola insentif terhadap semua upaya promosi dari para <i>stakeholders</i> yang mendasarkan pada konsep <i>responsible tourism</i>	Adanya aturan yang jelas dalam penentuan pola insentif terhadap semua upaya promosi dari para <i>stakeholders</i> yang mendasarkan pada konsep <i>responsible tourism</i>	Perangkat Daerah bidang Pariwisata	Sudah ada aturan insentif yang diberikan kepada stakeholder dalam upaya pemasaran pariwisata, contohnya dengan buzzer, pihak pembuat video city branding, promosi di stasiun televisi, website, videotron, dsb.	Indikator terlampai  Capaian  Adanya aturan insentif memiliki korelasi terhadap krjasana dan output kerjasama.	✓ Penentuan insentif yang lebih optimal untuk pemasaran yang lebih maksimal.
25	Meningkatkan efisiensi fungsi dan manfaat jalur	Perencanaan strategi promosi yang	Terencananya strategi promosi yang	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2.	Sudah ada rencana strategi promosi	Indikator terlampai  Capaian	✓ Pengoptimalan strategi promosi agar

MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
	distribusi pemasaran dan promosi dengan strategi promosi yang fokus	mempertimbangkan jalur-jalur distribusi pemasaran	mempertimbangkan jalur-jalur distribusi pemasaran	Asosiasi Travel dan Agen Indonesia (ASITA); 3. Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI)			lebih fokus mencapai pasar.
26	Menyusun database seluruh asosiasi pariwisata di daerah	Penyusunan database seluruh asosiasi pariwisata di daerah	Tersusunnya database seluruh asosiasi pariwisata di daerah	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Badan Pusat Statistik	Belum adanya database keseluruhan asosiasi pariwisata di daerah.	Indikator Capaian belum terlampaui  Database asosiasi pariwisata yang mudah diakses hanya beberapa, seperti; ASITA, BPPD, PHRI, MASATA dan Paguyuban Putra Putri Solo. Itu pun beberapa sumber masih website pusat.	✓ Pemanfaatan website sebagai bahan informasi asosiasi pariwisata dan sarana pendukung pariwisata.

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
27	Mengoptimalkan fungsi dan kualitas website promosi pariwisata sebagai sarana promosi berbasis teknologi informasi yang inovatif dan interaktif	Pelatihan staf untuk membuat program pemasaran lewat website/internet	Staf mampu melakukan pemasaran melalui website/internet	Perangkat Daerah bidang Pariwisata	Sudah ada tim khusus untuk <i>handle</i> dan mengupdate pemasaran kepariwisataan yang disebut Tim Cyber Promotion Kota Surakarta melalui beberapa akun resmi dan akun konten khusus pariwisata solo.	Indikator Capaian terlampaui  Pengadaan tim cyber dioptimalkan agar lebih berfokus pada pemasaran di sosial media.	✓ Pengoptimalan tim cyber promosi dalam memasarkan pariwisata, misalnya pembuatan vlog, tiktok, dsb.
		Perlunya staf khusus yang bertanggungjawab terhadap update dan reply atas permintaan informasi dari wisatawan lewat website	Adanya staf khusus yang bertanggungjawab terhadap website	Perangkat Daerah bidang Pariwisata	Sudah ada staff khusus untuk <i>handle</i> dan mengupdate website kepariwisataan.	Indikator Capaian terlampaui  Adanya staf khusus pengelola website dapat mengoptimalkan pembuatan materi promosi berfokus di website.	✓ Pengoptimalan staf website dalam pemasaran informasi pariwisata.
28	Mengoptimalkan promosi pariwisata yang berfokus pada destinasi-destinasi pariwisata strategis	Pengoptimalan program-program promosi pariwisata ke arah destinasi pariwisata strategis	Adanya program-program promosi pariwisata ke arah destinasi pariwisata strategis	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Badan Promosi Pariwisata Daerah	Terealisasinya program <i>business to business</i> yang menjangkau destinasi strategis yaitu:  1. Event MICE Mart mengunjungi Pasar	Indikator Capaian terlampaui  Program b2b memiliki pengaruh cukup kuat terhadap kunjungan	✓ Pengoptimalan program berbasis kunjungan ke daerah destinasi strategis.



**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
					<p>Gedhe Harjonagoro, Karaton Kasunanan Surakarta Hadiningrat</p> <p>2. Bengawan Solo Travel Mart (BTM) mengunjungi destinasi Sriwedari.</p> <p>3. Famtrip Historical Thailand mengunjungi Keraton Kasunanan Surakarta, Pura Mangkunegaran.</p> <p>4. Solo City Flashpacker FamTrip mengunjungi Pasar Gedhe.</p> <p>5. Solo City Travel Familiarity Trip mengunjungi Puro Mangkunegaran, dan Pasar Gede.</p>	wisatawan terutama wisnus.  Pengoptimalan ke daerah destinasi startegis merupakan promosi terhadap wisnus untuk berkunjung ke destinasi strategis tersebut yang dijadikan titik berat pariwisata di tiap daerah.	
29	Mengoptimalkan sinergi program promosi antar mata rantai <i>stakeholder</i> pada lingkup	Pembentukan dan optimalisasi forum promosi pariwisata	Terjadinya sinergi program promosi antar mata rantai <i>stakeholder</i> pada	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Badan Promosi Pariwisata Daerah; 3.	Sudah terbentuk forum promosi pariwisata antar daerah <i>stakeholder</i> , contohnya wilayah Subosukawonosraten.	Indikator Capaian terlampaui  Kegiatan dapat dilakukan dengan beragam cara, slaah	✓ Pengembangan dan pengoptimalan fungsi forum pariwisata untuk bertukar informasi dan potensi

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
	destinasi-destinasi pariwisata		lingkup destinasi-destinasi pariwisata	Industri Kepariwisataan		satunya dengan <i>business to business</i> atau FamTrip	pemasaran di daerah lain.
30	Pengoptimalan peran Badan Promosi Pariwisata Daerah	Pelibatan Badan Promosi Pariwisata Daerah dalam event promosi pariwisata	Terlibatnya Badan Promosi Pariwisata Daerah dalam event promosi pariwisata	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Badan Promosi Pariwisata Daerah	BPPD terlibat dalam event promosi pariwisata berupa pemasaran di website dan akun instagram. Berupa informasi event, rekomendasi kuliner, transportasi, destinasi wisata, budaya, hingga akses terhadap sarana prasarana umum.	Indikator Capaian terlampaui  Informasi yang disajikan BPPD berpengaruh terhadap daya informasi bagi wisatawan dan kemudahan akses untuk dan dalam berwisata.	✓ Pengembangan dan pengoptimalan bahan informasi yang tersajikan di BPPD. ✓ Pengenalan BPPD kepada masyarakat lebih luas untuk tepat mengakses informasi pariwisata.
31	Promosi integrasi antar pelaku usaha untuk menggerakkan kunjungan wisatawan antar obyek wisata	Perlunya promosi integrasi antar pelaku usaha untuk menggerakkan kunjungan wisatawan antar obyek wisata	Terintegrasinya promosi antar pelaku usaha untuk menggerakkan kunjungan wisatawan antar obyek wisata	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Badan Promosi Pariwisata Daerah; 3. Pelaku usaha pariwisata	Sudah terealisasinya program pengintegrasian promosi antar pelaku usaha dalam bentuk program <i>business to business</i>	Indikator Capaian terlampaui  Kegiatan b 2 b memiliki korelasi cukup kuat terhadap kunjungan wisatawan nusantara.	✓ Pengoptimalan event berbasis kerjasama antar pelaku usaha untuk pembauatan event yang efektif dan menarik wisatawan.
32	Pembuatan booklet wisata	Pembuatan booklet wisata kampung	Tersusunnya booklet tentang wisata kampung	Perangkat Daerah bidang Pariwisata	Sudah ada booklet kampung wisata, tahun 2021 dan 2019.	Indikator Capaian terlampaui	Pengembangan booklet-booklet pariwisata secara lebih rutin dan lengkap

**MONITORING DAN EVALUASI PENGEMBANGAN PEMASARAN PARIWISATA  
KOTA SURAKARTA TAHUN 2022**

No.	Program	Kegiatan	Indikator Capaian	Stakeholder	Kegiatan yang diselenggarakan	Evaluasi	Rekomendasi
		Pembuatan booklet wisata belanja	Tersusunnya booklet tentang wisata belanja	Perangkat Daerah bidang Pariwisata;	Sudah ada booklet wisata belanja, tahun 2021 dan 2019.	Booklet memiliki korelasi kuat terhadap daya informasi wisatawan dan kunjungan wisatawan terutama wisnus.	dan tidak hanya hanya dalam versi cetak namun juga digital (misalnya pdf).
33	Mengoptimalkan efektifitas jalur-jalur distribusi pemasaran di sepanjang koridor wisata strategis wisatawan nusantara	Pengoptimalan efektifitas jalur-jalur distribusi pemasaran di sepanjang koridor wisata strategis wisatawan nusantara	Optimalnya jalur-jalur distribusi pemasaran di sepanjang koridor wisata strategis wisatawan nusantara	1. Perangkat Daerah bidang Pariwisata; 2. Pelaku usaha pariwisata	Sedikitnya sumber informasi TIC	Indikator Capaian sedikit terlampaui  Adanya TIC kurang memiliki korelasi terhadap kunjungan wisatawan.  Kemungkinan terjadi dikarenakan kurang banyaknya dan masifnya informasi terkait TIC di kalangan wisatawan.	✓ Pengoptimalan dan penyebaran TIC offline serta online (aplikasi).

## DAFTAR PUSTAKA

*Association of the Indonesian Tour & Travel Agencies (ASITA)*

Badan Pusat Statistik, Surakarta dalam Angka, 2018-2021

Badan Pusat Statistik, Boyolali dalam Angka, 2018-2021

Badan Pusat Statistik, Sukoharjo dalam Angka, 2018-2021

Badan Pusat Statistik, Karanganyar dalam Angka, 2018-2021

Badan Pusat Statistik, Wonogiri dalam Angka, 2018-2021

Badan Pusat Statistik, Sragen dalam Angka, 2018-2021

Badan Pusat Statistik, Klaten dalam Angka, 2018-2021

Badan Pusat Statistik, Jawa Tengah dalam Angka, 2018-2021

Badan Pusat Statistik, Indonesia dalam Angka, 2018-2021

Eviliyanto, 2014. *Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Perbankan di Kota Surakarta*. Pontianak. Jurnal Edukasi, Vol. 1, No. 1

Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 13 Tahun 2016 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah tahun 2016 – 2026

Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta Tahun 2021-2041

Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 10 Tahun 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Tengah Tahun 2012–2027

Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 6 Tahun 2021 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2021–2026

Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 2 Tahun 2010 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kota Surakarta Tahun 2005 – 2025

Pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 - 2025

Surat Sekretariat Kabinet Nomor: B-652/Seskab/Maritim/11/2015 pada tanggal 6 November 2015

United Nation World Trade Organization (WTO)

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009 tentang Kepariwisata

Badan Promosi Pariwisata Daerah <https://solotourismpromotionboard.org/>

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta

<https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/> dan <https://solocity.travel/>

DSP Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

<https://info5dsp.kemenparekraf.go.id/>

Sastra Jawa <https://www.sastra.org/arsip-dan-sejarah/kasunanan/912-pustaka-sri-radyalaksana-prajaduta-1939-272-hlm-001-103>