



---

## PENGEMBANGAN KONSEP PARIWISATA PERKOTAAN (*URBAN TOURISM*) DI KOTA MATARAM

Oleh

Lalu Mohamad Iswadi Athar<sup>1)</sup>, Erri Supriyadi<sup>2)</sup>, Rizal Kurniansah<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email: [iswadiathar@gmail.com](mailto:iswadiathar@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah membuat pengembangan konsep Pariwisata Perkotaan (*Urban Tourism*) di Kota Mataram. Melalui pengembangan konsep tersebut, diharapkan akan banyak aktivitas wisata terbaru yang dapat dinikmati wisatawan, memberikan kontribusi terhadap lama tinggal tamu, meningkatkan rata-rata pengeluaran tamu selama menginap yang secara otomatis memberikan kontribusi terhadap perekonomian daerah maupun masyarakat di Kota Mataram. Metode Penelitian, penelitian ini termaksud penelitian kualitatif, metode pengumpulan data yaitu observasi (pengamatan langsung), wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu di peroleh melalui wawancara dan observasi di lapangan, dan data sekunder diperoleh dengan studi pustaka. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif.

**Kata Kunci:** Pengembangan, Konsep, Pariwisata, Perkotaan.

### PENDAHULUAN

Aktivitas berwisata di kota-kota besar didunia tengah menjadi tren dalam kurun waktu 2 tahun terakhir ini. Aktivitas yang dapat dilakukan seperti berbelanja, menikmati alun-alun kota, serta menikmati suasana malam perkotaan menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Banyak Negara di Dunia telah mengembangkan kotanya menjadi sebuah daerah wisata dengan konsep Pariwisata Perkotaan.

Data *Global Destination Cities Index* (2019) menunjukkan bahwa, jumlah total kunjungan wisatawan pada 20 destinasi pariwisata perkotaan terbaik dunia yaitu 157.7 juta orang dengan jumlah pengeluaran rata-rata 123 USD per hari. Di Negara-negara Asia Tenggara termaksud Indonesia, aktivitas pariwisata perkotaan memberikan kontribusi sebesar 4,6% pada pendapatan Negara-negara di ASEAN, (Wardhani, 2012), Melihat perkembangan tersebut, tentu menjadi peluang tersendiri bagi kota-kota besar di Indonesia termaksud Kota Mataram untuk

mengembangkan potensi wisata sebagai wisata perkotaan.

Sebagai ibukota Provinsi NTB, Kota Mataram memiliki banyak potensi wisata yang menarik untuk dikunjungi seperti wisata alam, budaya, sejarah, rekreasi, serta wisata belanja, (Mbulu et al., 2018). Keberadaan potensi wisata tersebut telah didukung oleh berbagai fasilitas pariwisata seperti hotel, restoran, aksesibilitas dan Lembaga kepariwisataan yang memadai, (Kurniansah & Hali, 2018). Dengan adanya potensi dan komponen pendukung pariwisata, tentu menjadi peluang tersendiri bagi Kota Mataram untuk menjadi kota tujuan wisata favorit di Indonesia.

Dalam perkembangannya, pariwisata Kota Mataram tidak terlepas dari permasalahan-permasalahan yang mengakibatkan pariwisata tidak berkembang secara maksimal. Dengan luas wilayah 61,30 km<sup>2</sup>, dibutuhkan waktu hanya 2 hari untuk berkeliling Kota Mataram menggunakan kendaraan bermotor, kondisi ini tentu berpengaruh terhadap lama tinggal wisatawan. Dilihat dari rencana strategis (Renstra) 2016-



2021 Dinas Pariwisata Kota Mataram, pengembangan pariwisata masih memfokuskan pada pengembangan daya tarik wisata alam, budaya dan minat khusus. Jumlah kunjungan wisatawan yang masih rendah yaitu 360.381 orang, dengan jumlah rata-rata lama menginap wisatawan yaitu 1,81 hari. Sedangkan untuk rata-rata pengeluaran wisatawan hanya 100 US Dollar, (Badan Pusat Statistik, 2019).

Berdasarkan permasalahan dan hasil penelitian-penelitian tersebut diatas, seharusnya konsep pengembangan pariwisata di Kota Mataram perlu ada pengembangan, agar aktivitas berwisata bagi para wisatawan menjadi beragam. Salah satu konsep pariwisata yang sesuai untuk dikembangkan di Kota Mataram yaitu Pariwisata Perkotaan (*Urban Tourism*). Untuk itu, penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu "Bagaimanakah pengembangan konsep pariwisata perkotaan (*urban tourism*) di Kota Mataram". Dari rumusan permasalahan tersebut, Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu membuat konsep pengembangan Pariwisata Perkotaan (*Urban Tourism*) di Kota Mataram. Melalui pengembangan konsep ini diharapkan memberikan manfaat serta masukkan kepada pemerintah daerah maupun *stakeholders* dibidang pariwisata.

## LANDASAN TEORI

Pariwisata merupakan salah satu sektor penggerak perekonomian dan menciptakan lapangan pekerjaan, (Budi: 2015). Adanya dampak pengganda (*Multiplier Effect*) dari kegiatan pariwisata, memberikan dampak langsung pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan sosial bagi masyarakat di suatu daya tarik wisata, Keberhasilan sektor pariwisata tidak terlepas dari peran pemerintah, masyarakat, maupun *stakeholder* dibidang pariwisata, peran tersebut salah satunya adalah menyediakan tempat-tempat wisata yang berkualitas dengan memanfaatkan daya tarik wisata yang ada salah satunya adalah daya tarik wisata kota.

Pengembangan suatu daya tarik wisata tidak hanya memprioritaskan daya tarik wisata alam saja, tetapi pariwisata perkotaan perlu juga dikembangkan untuk mendukung jalannya aktivitas pariwisata di suatu daerah. Fenomena yang terjadi saat ini adalah, pertumbuhan wisata perkotaan di dunia semakin meningkat dan telah menjadi trend untuk dikembangkan, (Prijadi, dkk: 2014).

Lebih lanjut Prijadi dkk (2014) mengemukakan pariwisata perkotaan (*urban tourism*) merupakan suatu bentuk pengembangan pariwisata dengan lokasi wisata berada di dalam kota, dimana area atau spot-spot didalam kota, elemen-elemen kota bahkan kota itu sendiri menjadi suatu komoditas utama pariwisata. Pariwisata perkotaan juga pada dasarnya adalah produk wisata, dimana didalamnya terdapat konsentrasi berbagai bentuk atraksi, amenitas dan kemudahan aksesibilitas, (Priono: 2012).

Pratiwi (2014) mengemukakan bahwa Pariwisata perkotaan merupakan bentuk umum dari pariwisata yang memanfaatkan unsur-unsur perkotaan (bukan pertanian) dan segala hal yang terkait dengan aspek kehidupan kota (pusat pelayanan dan kegiatan ekonomi) sebagai daya tarik wisata. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata perkotaan (*urban tourism*) adalah suatu bentuk pariwisata yang memanfaatkan sumber daya perkotaan seperti kegiatan ekonomi, taman kota, mall, café dan tempat makan sebagai daya tarik wisata.

Tondobala (2012) mengemukakan bahwa tumbuh dan kembangnya kawasan wisata dalam suatu kota tergantung dari beberapa hal:

- a. Cara memanfaatkan potensi-potensi obyek wisata yang telah ada.
- b. Menggali potensi yang belum dikembangkan.
- c. Mendukung peluang pengembangan obyek wisata dengan ketersediaan prasarana dan sarana yang sesuai dengan kondisi lingkungan, dan.
- d. Melakukan pengelolaan kawasan secara profesional dan berkelanjutan.



Lebih lanjut Tondobala (2012) membagi beberapa karakteristik kota wisata itu sendiri antara lain:

- a. Keindahan alam yang meliputi iklim, pemandangan alam, pantai, flora dan fauna, kondisi lingkungan yang special, taman dan area konservasi, serta wisata kesehatan.
- b. Keindahan kesenian, yang meliputi situs budaya dan arkeologi, pola-pola budaya, seni dan kerajinan, kegiatan ekonomi dan area kota yang menarik, museum, fasilitas budaya lain, festival budaya dan keramahan penduduk.
- c. Jenis keindahan lain seperti taman bertema (*themepark*), perbelanjaan, pertemuan dan konferensi, even spesial, kasino, entertainen serta olah raga dan rekreasi.

Utama (2015) mengemukakan bahwa sebuah kota layak untuk dikembangkan sebagai wisata perkotaan (*urban tourism*) harus memiliki beberapa komponen utama yaitu adanya balai kota, kawasan jalan yang bermakna mitos dan nostalgia, monument kota yang bermakna historis, kuliner khas kota, kampus atau universitas, mall atau pusat perbelanjaan, pasar tradisional, alun-alun, taman kota, museum kota, pasar malam, dan sumber daya lainnya. Komponen tersebut merupakan sebuah atraksi wisata, untuk lebih mendukung komponen-komponen wisata perkotaan tersebut harus terintegrasi dengan komponen produk wisata seperti *amenities* (hotel, restoran dan *travel agent*), *Accessibility* (jalan dan alat transportasi), dan *Ancillary* (organisasi pemerintah dan non pemerintah). Dengan adanya komponen utama dan komponen produk wisata pendukung tersebut, dapat memberikan gambaran bahwa daya tarik wisata di suatu daerah benar-benar telah siap menyelenggarakan aktivitas kepariwisataan.

Penelitian yang menganalisis tentang Pariwisata Perkotaan (*Urban Tourism*) telah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya, penelitian tersebut antara lain.:

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Kurniansah (2018) dan Mbulu, Dkk (2017) secara umum penelitian bertujuan untuk mengkaji

atau mengidentifikasi potensi dan ketersediaan komponen produk pariwisata perkotaan di Kota Mataram. Hasil penilaian ini menunjukkan Kota Mataram memiliki beberapa potensi pariwisata perkotaan yang telah tersedia serta telah didukung oleh komponen produk pariwisata yang memadai seperti hotel, restoran, akses jalan yang baik serta organisasi kepariwisataan yang telah tersedis.

- b. Kurniansah, dan Rosida (2019) dengan mengangkat topik strategi pengemangan pariwisata perkotaan di Kota Mataram, hasil penelitian ini yaitu ditetapkannya strategi pengemabangan potensi pariwisata kota mataram dengan menganalisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang ditemukan di lokasi penelitian
- c. Qin (2019) dengan topik *urban tourism development model for chengdu china*. Secara umum penelitian ini menganalisis tentang pengembangan model pariwisata perkotaan di kota Chengdu China, dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa model pengembangan pariwisata perkotaan di Chengdu China berbasis masyarakat, membuat sebuah kota Pendidikan dan pengembangan pariwisata global dengan tujuan mengundang banyak wisatawan untuk berkunjung.

## METODE PENELITIAN

penelitian ini termaksud penelitian kualitatif, metode pengumpulan data yaitu observasi (pengamatan langsung), wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu di peroleh melalui wawancara dan observasi di lapangan, dan data sekunder diperoleh dengan studi pustaka. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Mataram ada berbagai jenis potensi yang dapat dikembangkan yaitu konsep wisata kesehatan, wisata bersepeda dan wisata



budaya di Kota Mataram. Pengembangan konsep pariwisata perkotaan tersebut memungkinkan dikembangkan karena potensi maupun fasilitas yang telah tersedia di Kota Mataram. Adapun pengembangan konsep pariwisata perkotaan di Kota Mataram antara lain:

a. Wisata Kesehatan (*Health Tourism*)

Kota Mataram merupakan Ibu Kota Provinsi NTB yang memiliki beragam fasilitas seperti fasilitas perbelanjaan, kuliner sampai dengan fasilitas rumah sakit. Salah satu fasilitas yang pada umumnya untuk mendukung kebutuhan akan layanan kesehatan. Didunia saat ini banyak mengenal yang namanya *health tourism* atau wisata kesehatan (Borman, 2004; Lee et al., 2020; UNWTO, 2016). Di Indonesia sendiri, *health tourism* mencakup dua aspek yaitu *medical tourism* dan *welness tourism*. *Medical Tourism* adalah perjalanan wisata untuk mendapatkan pelayanan kesehatan. Sedangkan *Wellness Tourism* adalah perjalanan wisata untuk mendapatkan pelayanan kesehatan tradisional yang menggunakan pendekatan holistik untuk pemeliharaan kesehatan dan bersifat promotif – preventif. Salah satu bentuk *welness* adalah perawatan Spa (sehat pakai air), (Rokom, 2012).

Menurut data Wikipedia (2021) jumlah rumah sakit yang masuk pada tipe A sampai dengan D di Kota Mataram berjumlah 16 unit rumah sakit. ke 16 rumah sakit tersebut tersebar di seluruh wilayah di Kota Mataram. keberadaan rumah sakit ini tentu menjadi peluang tersendiri bagi Kota Mataram untuk mengembangkan yang namanya tentu akan cukup untuk mencukupi adanya *medical tourism* di kota mataram. Sedangkan keberadaan *welness tourism* sendiri di Kota Mataram telah tersedia, menurut data tripadvisor (2021) mengemukakan bahwa ada 8 tempat Spa favorit dan banyak dikunjungi oleh disatawan di Kota Mataram, tempat spa tersebut antara lain: Mae Home Spa, Spa dan Salon Beleza 2, Spa Puri Mas Spa

Resort-Chakra, Mimpi Spa and Reflexology, Salon Kecantikan London Beauty Centre, Spa and Salon Beleza 2, Pondok Aura, dan Bambu Treatment and Reflexi.

b. Wisata Bersepeda

Tren olahraga bersepeda pada masa pandemi Covid-19 saat ini tengah banyak digemari oleh berbagai unsur dan latar belakang masyarakat di Indonesia, tidak terkecuali masyarakat di Kota Mataram. Tren bersepeda saat ini telah banyak memberikan pengaruh akan semakin meningkatnya penggunaan sepeda sebagai alat olahraga. Bahkan menurut data dari CNBC Indonesia (2020) mengemukakan bahwa kebutuhan akan sepeda di Indonesia sebanyak 7 Juta unit, bahkan untuk sepeda sendiri harus di inport untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan sepeda sebagai alat olahraga terkini.

Melihat perkembangan tersebut, tentu akan menjadi peluang tersendiri bagi Kota Mataram untuk mengembangkan wisata bersepeda di Kota Mataram. Untuk kegiatan wisata bersepeda ini selain wisatawan tersebut mengendarai sepedanya, tentu ada aktivitas lain yang dapat dilakukan oleh setiap wisatawan yaitu mengunjungi tempat-tempat wisata di Kota Mataram, cagar budaya, museum, taman-taman, serta tempat-tempat kuliner di Kota Mataram. Untuk memaksimalkan pengembangan Wisata Bersepeda ini perlu adanya peran bersama dari pemerintah dan pengelola perjalanan wisata untuk menyediakan paket-paket wisata bersepeda. Selain itu, peran pemerintah pun telah berjalan dengan baik dengan tersedianya jalan raya yang baik untuk dilalui para pesepeda di Kota Mataram. Hanya saja, perlu adanya jalur-jalus khusus bagi para pesepeda agar meminimalisir terjadinya kecelakaan.

c. Wisata Budaya

wisata budaya merupakan kegiatan wisata yang memanfaatkan unsur budaya sebagai daya tariknya (Dewi Pangestika, 2019;



Santika & Suryasih, 2018; Wilopo & Hakim, 2017). Kegiatan wisata ini telah tersebar di hampir seluruh wilayah di Indonesia. Beragamnya budaya, adat istiadat dan cara hidup masyarakat di Indonesia menjadi ciri khas tersendiri bagi Indonesia untuk mengembangkan wisata budaya. Unsur budaya yang menjadi nilai daya tarik bagi wisatawan ketika berkunjung di Indonesia yaitu bahasa, agama, cara hidup masyarakat, seni tari dan musik, arsitektur, tradisi dan kerajinan, (Hartono & Wijayanto, 2019; Santika & Suryasih, 2018).

Kota Mataram sendiri tentu memiliki tradisi budaya yang dapat dikembangkan untuk menjadi daya tarik wisata budaya.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, pengembangan konsep pariwisata perkotaan di Kota Mataram antara lain konsep wisata kesehatan, wisata bersepeda dan wisata budaya di Kota Mataram.

Untuk memaksimalkan pengembangan pariwisata perkotaan tersebut, diperlukan

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Budi, Pakarti Sadar. 2015. Strategi Pengembangan Kawasan Pariwisata Perkotaan: Studi Kasus Jakarta. *University Research Colloquium*. ISSN 2407-9189
- [2] Borman, E. (2004). Health tourism. *British Medical Journal*, 328(7431), 60–61. <https://doi.org/10.1136/bmj.328.7431.60>
- [3] Dewi Pangestika, M. (2019). *Perencanaan Pengembangan Wisata Budaya dan Religi di Provinsi Jawa Tengah*.
- [4] Hartono, A., & Wijayanto, P. (2019). Pedoman Pengembangan Wisata Sejarah dan Warisan Budaya. *Gedung FIilm Pesona Indonesia*, 1–76. <https://www.bulungan.go.id/v5/index.php/potensi-wilayah/pariwisata/wisata-sejarah>
- [5] Kurniansah, R., & Hali, M. S. (2018). Kajian Potensi Pariwisata Perkotaan (Urban Tourism) Sebagai Daya Tarik Wisata Kota Mataram NTB. *Media Bina Ilmiah*, 13(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33758/m-bi.v13i2.158>.
- [6] Kurniansah, Rizal dan Rosida, Lia. 2019. Strategi Pengembangan Pariwisata Perkotaan (Urban Tourism) Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Media Bina Ilmiah*. Vol 14 (2). Hal 2061-2068.
- [7] Lee, T. J., Han, J. S., & Ko, T. G. (2020). Health-oriented tourists and sustainable domestic tourism. *Sustainability (Switzerland)*, 12(12), 20–22. <https://doi.org/10.3390/su12124988>
- [8] Mbulu, Y. P., Firmansyah, R., & Puspita, N. (2018). Identifikasi Daya Tarik Pariwisata Perkotaan Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Di Kota Mataram Lombok. *Tourism Scientific Journal*, 3(1), 74. <https://doi.org/10.32659/tsj.v3i1.36>.
- [9] Prijadi, Rachmat dkk. 2014. Pengaruh Permukaan Jalur Pedestrian Terhadap Kepuasan dan Kenyaman Pejalan Kaki di Pusat Kota Manado. *Jurnal Media Matrasain*. Vol. 11, No. 1, Page 43-54
- [10] Priono, Yesser. 2012. Identifikasi Produk Wisata Pariwisata Kota (Urban Tourism) Kota Pangkalan Bun Sebagai Urban Heritage Tourism. *Jurnal Perspektif Arsitektur*. Vol.7, No. 2, Page 72-84.
- [11] Qin, Jian Xiong. 2019. Urban Tourism Development Model for Chengdu China: Based on Global Tourism Theory. *Advances in Economics, Business and Management Research*. Vol 84 (0). Hal 36-44.
- [12] Santika, I. N. E., & Suryasih, I. A. (2018). Elemen Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Wisata Pengotan, Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(1), 31. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2018.v06.i01.p06>



- 
- [13] Tondobala, Linda. 2012. Kelayakan Pusat Kota Manado Sebagai Destinasi Pariwisata. *Jurnal Media Matrasain*. Vol.9, No.3 Page 83
- [14] Utama, I Gusti Bagus Rai. 2015. *Pengembangan Wisata Kota Sebagai Pariwisata Masa Depan Indonesia*. Bali: Universitas Dhyana Pura
- [15] UNWTO. (2016). Executive Summary Executive Summary Executive Summary. *South African Medical Journal*, 101(2003), 16.
- [16] Wardhani, A. D. (2012). Evolusi Aktual Aktivitas Urban Tourism di Kota Bandung dan Dampaknya Terhadap Pembentukan Tempat-Tempat Rekreasi. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 8(4), 371. <https://doi.org/10.14710/pwk.v8i4.6493>
- [17] Wilopo, K. K., & Hakim, L. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Budaya (Studi Kasus pada Kawasan Situs Trowulan sebagai Pariwisata Budaya Unggulan di Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 42(1), 58.