



PROGRAM IMPROVISASI KOMPONEN DAYA TARIK WISATA PERKOTAAN (*URBAN TOURISM*) DI KOTA MATARAM

Oleh

Rizal Kurniansah¹⁾, Ni Putu Ade Resmayani ²⁾ & Murianto³⁾

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

Email: [1rizalkurniansah@gmail.com](mailto:rizalkurniansah@gmail.com)

Abstrak

Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kota Mataram tahun 2016 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan di kota mataram ada di urutan ketiga yaitu berjumlah 619.705 orang. Sedangkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Lombok Utara yaitu 1.000.000 orang dan Kabupaten Lombok Barat berjumlah 779.256 orang. Berdasarkan data tersebut, jumlah kunjungan wisatawan di Kota Mataram masih belum maksimal dibandingkan dua Kabupaten lainnya. Disisi lain kota Mataram memiliki potensi yang sangat luar biasa. Pariwisata perkotaan di Asia Tenggara termaksud Indonesia meningkat signifikan dengan jumlah kunjungan wisatawan mencapai 69,6 juta orang pada tahun 2010, dibandingkan tahun 2000 hanya berjumlah 36,1 juta orang. Aktivitas pariwisata perkotaan ini memberikan kontribusi sebesar 4,6 % pada pendapatan Negara-negara di ASEAN.

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengkaji persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata perkotaan (*urban tourism*), Serta program improvisasi komponen daya tarik wisata perkotaan (*urban tourism*) di kota mataram. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komponen produk wisata dan teori persepsi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif yang didukung dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan obeservasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan deskriptif kualitatif, *skala likert* dan analisis kepentingan kinerja (*Importance-Performance analysis*)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait dengan persepsi wisatawan terhadap Daya Tarik Wisata Perkotaan (*Urban Tourism*) Di Kota Mataram yaitu Baik dengan nilai rata-rata 3,79. Itu berarti, Daya Tarik Wisata Perkotaan (*Urban Tourism*) Di Kota Mataram sudah baik. Sedangkan hasil analisis kepentingan kinerja (*Importance-Performance analysis*) dan diolah dalam bentuk diagram *kartesius*, program improvisasi komponen daya tarik wisata perkotaan (*urban tourism*) di kota mataram yang perlu mendapatkan prioritas penanganan utama tertera pada kuadra II yaitu: Taman Mayura, Monumen Bahari Mataram, Makan Loang Baloq, Kawasan Pantai Loang Baloq, Pantai Gading dan Pantai Ampenan

Kata Kunci : Improvisasi, Daya Tarik Wisata Perkotaan (*Urban Tourism*), Kota Mataram.

PENDAHUALUAN

Kota Mataram merupakan ibukota Provinsi Nusa Tenggara Barat. Sebagai kota yang terletak persis di pusat pemerintahan Provinsi NTB dengan jumlah penduduk yaitu 222.596 orang, serta memiliki luas wilayah yaitu 61.30 km² (6.130 Ha), (Badan Pusat Statistik Kota Mataram, 2016), kota Mataram juga memiliki daya tarik wisata potensial untuk dikembangkan sebagai daya tarik pariwisata perkotaan seperti tempat-tempat berbelanja, berbagai macam kuliner,

taman kota, budaya, kesenian, dan pantai yang indah.

Banyaknya potensi pariwisata perkotaan (*urban tourism*) di Kota Mataram tidak sebanding dengan jumlah kunjungan wisatawan itu sendiri. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kota Mataram tahun 2016 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan di kota mataram ada di urutan ketiga yaitu berjumlah 619.705 orang. Sedangkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Lombok Utara yaitu 1.000.000 orang (Radar Lombok, 2016), dan Kabupaten Lombok Barat



berjumlah 779.256 orang, (Lombok Barat Dalam Angka, 2016). Berdasarkan data tersebut, jumlah kunjungan wisatawan di Kota Mataram masih belum maksimal dibandingkan dua Kabupaten lainnya. Disisi lain kota Mataram memiliki potensi pariwisata perkotaan yang sangat luar biasa. Menurut Wardhani (2012), pariwisata perkotaan di Asia Tenggara termaksud Indonesia meningkat signifikan dengan jumlah kunjungan wisatawan mencapai 69,6 juta orang pada tahun 2010, dibandingkan tahun 2000 hanya berjumlah 36,1 juta orang. Aktivitas pariwisata perkotaan ini memberikan kontribusi sebesar 4,6 % pada pendapatan Negara-negara di ASEAN.

Pada fase pengembangan, daya tarik wisata perkotaan (*urban tourism*) di kota mataram masih memerlukan beragam penelitian yang diambil dari berbagai sudut pandang. Dengan demikian penelitian ini akan dilakukan difokuskan untuk mengidentifikasi persepsi wisatawan terhadap komponen daya tarik wisata perkotaan (*urban tourism*), serta program improvisasi komponen-komponen daya tarik wisata perkotaan (*urban tourism*) di kota mataram. Dengan demikian, penelitian tentang Program Improvisasi Komponen Daya Tarik Wisata Perkotaan (*Urban Tourism*) Di Kota Mataram dipandang sangat penting dan dapat dijadikan sebagai acuan dalam membangun dan mengembangkan daya tarik wisata perkotaan (*urban tourism*) di kota mataram yang lebih baik.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : “Bagaimanakah persepsi wisatawan terhadap komponen daya tarik wisata perkotaan (*urban tourism*) di kota mataram dan Bagaimanakah program improvisasi komponen daya tarik wisata perkotaan (*urban tourism*) di kota mataram?.

LANDASAN TEORI

Kurniansah (2018) mengemukakan bahwa pariwisata parkotaan (*urban tourism*) adalah suatu bentuk pariwisata yang memanfaatkan sumber daya perkotaan seperti kegiatan ekonomi, museum, taman kota, mall, café dan tempat makan sebagai daya tarik wisata.

Vol.14 No.1 Agustus 2019

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

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems



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.

Sedangkan teori komponen produk wisata yang telah dijabarkan oleh Yoeti (2002: 211) mengemukakan bahwa keberhasilan suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A yaitu atraksi (*Attraction*), mudah dicapai (*Accessibilty*), dan fasilitas (*Amenities*). Mason (2000: 46) (dalam Ariani, 2012) telah membuat rumusan tentang komponen-komponen produk wisata antara lain: (1) Atraksi, yaitu daya tarik wisata, baik alam, budaya maupun buatan manusia seperti festival atau pentas seni. (2) Aksesibilitas, yaitu kemudahan untuk mencapai tempat tujuan wisata. (3) *Amenities* yaitu fasilitas untuk memperoleh kesenangan, dalam hal ini dapat berbentuk akomodasi, kebersihan dan keramahtamahan (*tangible and intangible products*). (4) *Networking*, yaitu jaringan kerjasama yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan baik lokal, nasional maupun internasional.

Menurut Cooper dkk (1993: 84-86) bahwa terdapat empat komponen yang harus dimiliki oleh sebuah destinasi wisata antara lain: (1). Atraksi/*Attraction*, seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan dan seni pertunjukkan, (2). Fasilitas/*Amenities*, seperti tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan, (3). Aksesibilitas/*Acces*, seperti transportasi lokal dan tersedianya pelayanan penyewaan mobil, serta tersedianya terminal maupun bandara untuk mempermudah akses menuju lokasi wisata. (4) *Ancillary service* yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisata seperti *destination marketing management organization, convetional and visitor bureau*

METODE PENELITIAN

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>

Open Journal Systems

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif yang didukung dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan deskriptif kualitatif, *skala likert* dan analisis kepentingan kinerja (*Importance-Performance analysis*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Wisatawan Terhadap Komponen Daya Tarik Wisata Perkotaan (*Urban Tourism*) Di Kota Mataram.

Wisatawan cenderung memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam menilai suatu daya tarik wisata yang dikunjunginya, apabila daya tarik wisata tersebut bagus tentu akan menimbulkan persepsi positif dan apabila tidak bagus maka akan menimbulkan persepsi yang negatif. Persepsi wisatawan sangat diharapkan sebagai masukan bagi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) baik pemerintah daerah maupun pihak swasta untuk memperbaiki segala kekurangan yang ada, sehingga Daya Tarik Wisata Perkotaan (*Urban Tourism*) Di Kota Mataram menjadi lebih baik dan layak untuk dikunjungi dan dinikmati oleh wisatawan.

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada wisatawan yang berjumlah 102 orang menunjukkan bahwa, secara umum persepsi wisatawan terhadap Daya Tarik Wisata Perkotaan (*Urban Tourism*) Di Kota Mataram yaitu Baik dengan nilai rata-rata 3,79. Itu berarti, Daya Tarik Wisata Perkotaan (*Urban Tourism*) Di Kota Mataram sudah baik. Berikut tingkat Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Perkotaan (*Urban Tourism*) Di Kota Mataram dapat dilihat pada table 3.1 berikut:

Tabel 3.1

Rata-rata Nilai Persepsi Wisatawan Terhadap Komponen Daya Tarik Wisata Perkotaan (*Urban Tourism*) Di Kota Mataram



Indikator	Rata-rata Nilai Persepsi
Atraksi	
Taman Sangkareang	4,38
Taman Udayana	4,20
Taman Selagalas,	3,55
Taman Mayura,	3,20
Monumen Bahari Mataram	3,25
Museum Negeri NTB,	4,19
Kawasan Wisata Kuliner Rembiga,	4,12
Masjid Raya Hubbul Wathan Islamic Centre,	4,50
Pura Meru,	4,15
Makan Loang Baloq,	3,30
Lombok Epicentrum Mall (Lem),	4,20
Mataram Mall ,	4,12
Transmart Carrefour Mataram,	4,14
Kawasan Kota Tua Ampenan	3,45
Kawasan Pantai Loang Baloq,	2,78
Pantai Gading,	2,80
Pantai Ampenan	2,90
Amenitas	
Penginapan (Hotel, Bungalow, Cottage, Homestay)	4,17
Restoran/ Rumah Makan/Cafe	4,16
Aksesibilitas	
Akses jalan menuju lokasi	3,97
Kemudahan mendapatkan alat transportasi	4,24
Rata-Rata	3,79

Sumber : Hasil penelitian tahun 2019

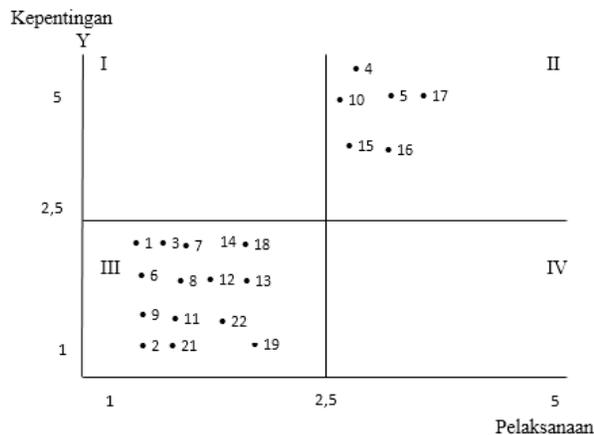
Program Improvisasi Komponen-Komponen Destinasi Pariwisata Perkotaan (Urban Tourism) Di Kota Mataram.

Program improvisasi adalah program perbaikan yang perlu dilakukan oleh para *stakeholder* terhadap indikator-indikator yang kinerjanya kurang memuaskan bagi wisatawan (kurniansah, 2016). Selain terhadap indikator yang kurang memuaskan, program perbaikan-pun sangat diperlukan untuk indikator yang menurut wisatawan kinerjanya sudah baik dan sangat baik, sehingga kinerjanya akan terus terjaga dan terus meningkat. Sebelum memberikan uraian program perbaikan yang harus dilakukan, langkah pertama adalah mengetahui terlebih dahulu hubungan antara kepuasan (persepsi) wisatawan terhadap komponen daya tarik wisata perkotaan di Kota Mataram yaitu menggunakan “Analisis Kepentingan Kinerja” (*Importance-Performance analysis*). Analisis ini untuk menentukan posisi persepsi wisatawan terhadap komponen daya tarik wisata perkotaan di Kota Mataram. Untuk menentukan posisi tersebut, terlebih dahulu dihitung nilai tingkat kinerja/kepuasan wisatawan terhadap komponen daya tarik wisata perkotaan di Kota Mataram untuk selanjutnya menghitung nilai rata-rata dari kepuasan wisatawan.

Setelah nilai rata-rata tingkat kinerja/kepuasan telah diperoleh, langkah selanjutnya adalah nilai rata-rata tersebut dipergunakan sebagai standar penilaian dari analisis kepentingan kinerja dan diolah dalam bentuk diagram *kartesius*, tujuannya yaitu untuk membagi setiap komponen daya tarik wisata perkotaan di Kota Mataram kedalam 4 (empat) kuadran.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka didapatkan nilai rata-rata persepsi wisatawan terhadap komponen daya tarik wisata perkotaan di Kota Mataram, dapat dilihat pada Tabel 3.1. Hasil perhitungan skor rata-rata tingkat kinerja (persepsi) wisatawan terhadap komponen daya tarik wisata perkotaan tersebut, maka diagram analisis kepentingan kinerja (*Important-Performance analysis*) dapat dilihat pada gambar 3.1

Gambar 3.1 Diagram Kartesius



Sumber: Hasil Penelitian, 2019.

Berdasarkan diagram *kartesius* pada gambar 3.1 terlihat bahwa letak hubungan antara hasil evaluasi kinerja atau kepuasan wisatawan terhadap komponen daya tarik wisata perkotaan di Kota Mataram hanya pada kuadran II dan III sedangkan kuadran I dan IV tidak ada. Adapun program improvisasi (perbaikan) yang bisa dilakukan oleh para *stakeholder* dari masing-masing kuadran diagram analisis kepentingan kinerja (*Importance-Performance analisis*) adalah sebagai berikut:

1) Kuadran II

Kuadran ini menunjukkan atraksi wisata serta fasilitas yang tersedia di daya tarik wisata perkotaan di Kota Mataram telah berhasil dikelola dengan baik oleh *stakeholder*, meskipun ada beberapa indikator dalam fasilitas yang disediakan perlu mendapatkan prioritas penanganan utama dan dianggap sangat penting. Untuk itu, variabel/indikator yang berada dalam kuadran II merupakan variabel yang memiliki kepentingan dan kinerja yang sangat baik dan hendaknya tetap bisa dipertahankan dan dikelola secara maksimal dan komprehensif oleh pemerintah Kota Mataram serta pihak swasta yang mengelola daya tarik wisata perkotaan di Kota Mataram, variabel yang berada pada kuadran ini adalah :

a) Atraksi Wisata (*Attraction*)

• Taman Mayura

Taman mayura dibangun oleh Anak Agung Ngurah Karangasem pada 1744. Taman ini berlokasi di Jalan Purbasari Mataram ini

memiliki daya tarik tersendiri yang dapat dinikmati oleh para wisatawan yaitu menikmati alam yang asri dengan taman-taman yang indah dan bangunan-bangunan bersejarah khas Bali, selain itu taman mayura juga sebagai sebuah situs bersejarah di kota Mataram. Jika wisatawan mengunjungi taman ini, wisatawan harus menggunakan selendang kecil panjang berwarna merah.

Berdasarkan hasil diagram *kartesius* yang menempatkan Taman Mayura pada kuadran II yang berarti persepsi wisatawan terhadap Taman Mayura sudah baik. Meskipun begitu ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan lagi dalam pelayanan yang diberikan kepada tamu yaitu pengelola harus konsisten untuk memberikan dan memasang selendang kepada tamu. Karena berdasarkan hasil pantauan langsung oleh penulis, ada beberapa wisatawan yang langsung masuk ke taman mayura tanpa dipasangkan selendang. Selain itu, pengelola harus meningkatkan terus sikap keramah-tamahan kepada wisatawan dengan memberikan senyum, salam, sapa ketika bertemu dengan para wisatawan.

• Monumen Bahari Mataram

Monumen Bahari Mataram terletak di kota Mataram tepatnya, monumen ini merupakan sebuah monumen yang dibangun oleh TNI Angkatan Laut untuk mendukung sekaligus sebagai ikon event yang berskala internasional *Multilateral Naval Exercise Komodo* (MNEK) pada tanggal 5 Mei 2018.

Berdasarkan hasil diagram *kartesius* yang menempatkan Monumen Bahari Mataram pada kuadran II yang berarti persepsi wisatawan terhadap Monumen Bahari Mataram sudah baik. Untuk itu, perlunya himbauan kepada wisatawan untuk tetap menjaga kebersihan demi kenyamanan bersama, agar Monumen Bahari Mataram tetap bersih. Untuk pengelola, sebaiknya dihimbau kepada para pedagang kaki lima untuk mengatur lapaknya agar terlihat rapi. Karena setelah penulis amati bahwa terlihat banyak pedagang yang menggunakan trotoar untuk berdagang, menempatkan para pembeli



untuk menikmati makanan di atas trotoar bagi pejalan kaki.

- **Makan Loang Baloq**

Makam loang baloq merupakan sebuah kawasan pemakaman yang didalamnya terdapat puluhan jasad. Keistimewaan *Makam Loang baloq* ini adalah 3 makam istimewa yakni makam Ulama Maulana Syekh Gaus Aburrazak, Makam Anak Yatim dan Makan Datuk Laut. *Syekh Gauz Abdurrazak* adalah seorang ulama dan pendakwah agama Islam yang berasal dari Baghdad Irak yang menyebarkan agama Islam dari Palembang lalu kemudian singgah di Lombok sekitar 18 abad yang silam.

Berdasarkan hasil analisis diagram *kartesianus*, persepsi wisatawan terhadap Makam loang baloq sudah baik. Meskipun begitu, ada beberapa program yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas destinasi wisata Makam Loang Baloq yaitu:

- a. Pengelola sebaiknya mengatur antrian para pengunjung ketika masuk kedalam makam para Ulama. Karena dari hasil pengamatan langsung oleh penulis terlihat bahwa suasana pintu masuk makam terlihat sesak yang mengakibatkan para pengunjung berhimpitan antar satu sama lain.
- b. Pengelola sebaiknya menambah petugas parkir untuk mengatur parkir kendaraan pengunjung.

- **Kawasan Pantai Loang Baloq**

Kawasan Pantai Loang Baloq sebenarnya masuk kedalam kawasan wisata Loang Baloq yang terdiri dari wisata pantai yaitu pantai loang baloq, wisata sejarah dan religi di makam loang baloq, dan taman loang baloq. Kawasan pantai loang baloq mulai beroperasi tahun 2011. Keberadaan kawasan pantai ini tentu memberikan manfaat bagi para masyarakat sebagai tempat rekreasi.

Berdasarkan hasil analisis diagram *kartesianus*, persepsi wisatawan terhadap Kawasan Pantai Loang Baloq sudah baik. Meskipun begitu ada beberapa program perbaikan yang perlu dilakukan oleh pihak pengelola yaitu:

- a. Pembersihan sampah yang berkala,

penulis terlihat masih banyak sampah di bibir pantai loang baloq. Pengelola tentu bisa bekerjasama dengan pemerintah Kota Mataram untuk bersama-sama menanggulangi sampah di pantai loang baloq.

- b. Sabiknya fasilitas yang tersedia di kawasan wisata loang baloq di perbaiki lagi seperti permainan sampan/perahu yang perlu diaktifkan lagi serta barugak perlu diperbaiki lagi.

- **Pantai Gading**

Daya tarik wisata pantai gading menjadi salah satu potensi selanjutnya yang dimiliki oleh Kota Mataram, adanya daya tarik wisata ini tentu menjadi pilihan lain bagi wisatawan ketika berkunjung di Kota Mataram. Pantai gading berlokasi di jalan lingkar selatan kota mataram, aktivitas yang bisa dilakukan di pantai gading yaitu menikmati suasana pantai serta menikmati berbagai jenis kuliner yang disajikan oleh para pedagang.

Secara umum kondisi pantai gading hampir sama dengan kawasan pantai loang baloq yaitu masih banyaknya sampah yang berserakan di pantai tersebut. Untuk itu, diharapkan bagi pengelola untuk memperhatikan sampah ini serta tentu harus dibuatkan program yang berkelanjutan untuk menangani sampai di bibir pantai sehingga diharapkan para wisatawan merasa nyaman saat berkunjung di Pantai Gading.

- **Pantai Ampenan**

Pantai ampenan merupakan salah satu pantai favorit yang banyak dikunjungi oleh wisatawan local di kota mataram. Pantai yang berlokasi di kecamatan ampenan kota mataram ini menyuguhkan banyak aktivitas yang bisa dilakukan oleh para wisatawan seperti mandi di pantai, menikmati *sunset* (matahari terbenam), serta wisatawan dapat menikmati berbagai jenis kuliner khas daerah yang di jual oleh pedagang.

Pantai ampenan sebenarnya terintegrasi dengan kawasan Kota Tua Ampenan dan tentu akan memberikan nilai tambah untuk kawasan ini dalam menarik minat para wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan hasil analisis diagram

<http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/MBI>



kartesianus, persepsi wisatawan terhadap Pantai Ampenan sudah baik. meskipun begitu, untuk memberikan dan meningkatkan rasa nyaman bagi para wisatawan selama berkunjung tentu pengelola perlu memperhatikan beberapa hal yaitu mengatur para pedagang agar tidak menjual sampai dibawah trotoar tempat wisatawan berjalan.

2) Kuadran III

Dalam kudran III ini akan memuat variabel/indikator yang kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa (dianggap kurang penting dan kinerjanya kurang memuaskan). Peningkatan variabel-variabel yang termaksud dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil. Dalam sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan barang atau manufaktur, indikator yang masuk dalam kuadran III ini bisa saja dihilangkan. Tetapi, dalam industri pariwisata khususnya untuk daya tarik wisata perkotaan (*urban tourism*) Kota Mataram, meskipun variabel/indikator menunjukkan variabel kurang penting pengaruhnya bagi wisatawan (prioritas rendah), tetapi harus tetap dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi karena menurut wisatawan komponen dalam kuadran ini sudah bagus dan sangat memuaskan Adapun indikator-indikator yang ada pada kudran ini adalah sebagai berikut: Taman Sangkareang, Taman Udayan, Taman Selagalas, Museum Negeri Nusa Tenggara Barat, Kawasan Wisata Kuliner Rembiga, Masjid Raya Hubbul Wathan *Islamic Centre*, Pura Meru, Lombok *Epicentrum Mall* (LEM), Mataram *Mall*, Transmart *Carrefour* Mataram, Kawasan Kota Tua Ampenan, Penginapan (Hotel, *Bungalow*, *Cottage*, *Homestay*), Restoran/ Rumah Makan/ Café, Akses Jalan Menuju Lokasi, Kemudahan

Hasil analisis diagram *kartesianus* (lihat Gambar 5.1) penilaian wisatawan terhadap komponen pada kuadran III ini sudah sangat baik. Untuk itu, para *stakeholder* sebaiknya tetap mempertahankan keberadaan daya tarik wisata pada kudran III ini sehingga daya tarik wisata perkotaan Kota Mataram menjadi lebih baik serta

diharapkan minat para wisatawan untuk berkunjung terus meningkat.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan data yang sudah dipaparkan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada wisatawan yang berjumlah 102 orang menunjukkan bahwa, secara umum persepsi wisatawan terhadap Daya Tarik Wisata Perkotaan (*Urban Tourism*) Di Kota Mataram yaitu Baik dengan nilai rata-rata 3,79. Itu berarti, Daya Tarik Wisata Perkotaan (*Urban Tourism*) Di Kota Mataram sudah baik.
2. Berdasarkan hasil analisis kepentingan kinerja (*Importance-Performance analysis*) dan diolah dalam bentuk diagram *kartesianus*, program improvisasi komponen daya tarik wisata perkotaan (*urban tourism*) di kota mataram yang perlu mendapatkan prioritas penanganan utama tertera pada kuadra II yaitu: Taman Mayura, Monumen Bahari Mataram, Makan Loang Baloq, Kawasan Pantai Loang Baloq, Pantai Gading dan Pantai Ampenan

Saran

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan yaitu Perlunya kerja sama pemerintah dengan pihak swasta khususnya usaha agen perjalanan (*travel agent*), agar dapat menjual paket menuju daya tarik wisata perkotaan di Kota Mataram. Pemerintah Kota Mataram sebaiknya meningkatkan promosi tentang daya tarik wisata perkotaan, sehingga kedepannya daya tarik wisata perkoataan tersebut dapat lebih di kenal oleh wisatawan dari berbagai negara.

Bagi pengelola serta masyarakat untuk tetap mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi kinerja indikator yang telah memberikan kepuasan kepada wisatawan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Bhisma Murti, Desain dan Ukuran Sampel Badan Pusat Statistik Kota Mataram. 2016. Luas Wilayah Kota Mataram Menurut Kecamatan. Tersedia Pada: <https://mataramkota.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/114>. Diakses tanggal 3 Maret 2018.
- [2] Wardhani, Apriliana Dyah. 2012. Evolusi Aktual Aktivitas *Urban Tourism* di Kota Bandung dan Dampaknya Terhadap Pembentukan Tempat-Tempat Rekreasi. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*. Vol. 8, No. 4, Page 371-382.
- [3] Kurniansah, Rizal. 2016. Persepsi dan Ekspektasi Wisatawan Terhadap Komponen Destinasi Wisata Lakey-Hu'u Kabupaten Dompu. *Jurnal Magister Pariwisata (JUMPA)*. Vol. 3 (1). Hal. 72-91.
- [4] Kurniansah, Rizal. 2018. Kajian Potensi Pariwisata Perkotaan (Urban Tourism) Sebagai Daya Tarik Wisatakota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Media Bina Ilmiah*. Vol. 13 (2). 925-929.
- [5] Tondobala, Linda. 2012. Kelayakan Pusat Kota Manado Sebagai Destinasi Pariwisata. *Jurnal Media Matrasain*. Vol.9, No.3, Page 83.
- [6] Utama, I Gusti Bagus Rai. 2015. *Pengembangan Wisata Kota Sebagai Pariwisata Masa Depan Indonesia*. Bali: Universitas Dhyana Pura.
- [7] Yoeti, Oka A. 2002. *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.