

BAB II
KAJIAN LITERATUR
PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP REVITALISASI
SEBAGAI ATRAKSI *URBAN TOURISM*

Pada bagian ini menjelaskan tentang teori-teori dasar dan perkembangan fenomena yang digunakan dalam penelitian. Adapun yang akan dibahas pada bagian ini antara lain kajian literatur *urban tourism*, koridor kawasan dan pedestiran sebagai daya tarik *urban tourism*, revitalisasi dan persepsi masyarakat dan pengunjung wisata dan *stakeholder* yang berperan dalam kegiatan pariwisata.

2.1 Kajian Literatur *Urban Tourism*

2.1.1 Tinjauan Umum Pariwisata

Definisi pariwisata dapat ditinjau dari berbagai sudut pandang para ahli yang berbeda-beda. Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata, yaitu *pari* dan *wisata*. “*Pari* berarti banyak, berputar-putar dan lingkup, sedangkan *wisata* adalah perjalanan. Pariwisata merupakan suatu proses bepergian seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya (Suzanna, 2003). Menurut Charles (2009) bahwa pariwisata merupakan gabungan dari kegiatan, layanan dan suatu industri yang memberikan pengalaman perjalanan yaitu berupa transportasi, akomodasi, fasilitas kegiatan dan layanan lainnya yang tersedia untuk individu atau kelompok yang melakukan kegiatan dan bepergian jauh dari tempat asalnya.

Definisi lainnya menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009 pada tentang kepariwisataan, bahwa definisi dari pariwisata merupakan macam macam kegiatan wisata yang ada disuatu daerah yang didukung sebagai penunjang yaitu berbagai fasilitas serta berupa layanan yang diberikan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah setempat. Sedangkan menurut *World Tourism Organization* atau WTO (1991) Pariwisata merupakan aktivitas seseorang yang melakukan perjalanan keluar dari daerah lingkungannya yang biasa dilakukan selama kurang dari jangka waktu tertentu yang tujuan utama perjalanannya untuk

melakukan suatu kegiatan di tempat yang mereka kunjungi. Matthieson dan Wall (1982) menjelaskan bahwa pariwisata terdiri dari pergerakan sementara seseorang menuju suatu tujuan diluar tempat kerja dan tempat tinggal normal mereka, melakukan suatu kegiatan yang selama menuju tempat destinasi tujuan tersebut dan dilengkapi oleh fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan mereka selama melakukan kegiatan wisata.

Dari pengertian-pengertian yang telah disebutkan diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan perjalanan seseorang maupun kelompok yang bersifat sementara dari satu tempat ke tempat lain di luar tempat tinggalnya, guna memenuhi berbagai macam kepentingan. Dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, bahwa kepariwisataan berfungsi untuk memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat dan mempunyai berbagai tujuan antara lain meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam lingkungan dan sumberdaya, memajukan kebudayaan mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa dan untuk empererat persahabatan antar bangsa.

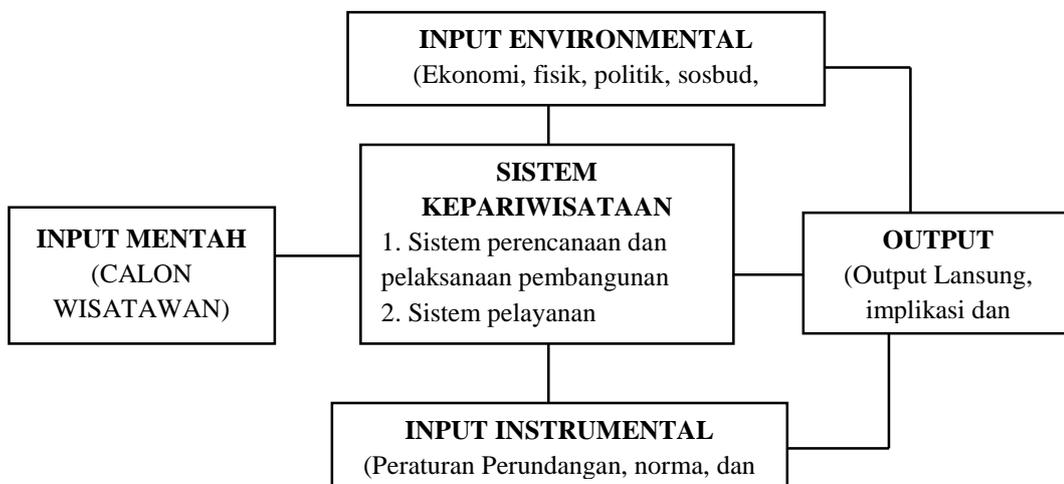
2.1.2 Daya Tarik Dalam Sistem Pariwisata

Dalam sistem pariwisata, ada banyak aktor yang berperan dalam menggerakkan sistem. Aktor tersebut adalah insan-insan pariwisata yang ada pada berbagai sektor. Secara umum, insan pariwisata dikelompokkan dalam tiga pilar utama, yaitu masyarakat, swasta dan pemerintah. Yang dimaksud masyarakat adalah masyarakat umum yang ada ditempat wisata sebagai pemilik dari berbagai sumberdaya yang ada di tempat wisata. Tokoh-tokoh masyarakat, LSM, dan media massa juga merupakan bagian dari masyarakat. Selanjutnya dalam kelompok swasta adalah asosiasi usaha pariwisata dan para pengusaha yang ada dilokasi wisata dan kelompok pemerintah adalah pemerintah yang berbagai dari wilayah administrasi mulai dari pemerintah pusat, provinsi, kabupaten, kecamatan, dan seterusnya. (Pitana, 2005).

Menurut Mill dan Morrison (1985), bahwa pariwisata merupakan suatu sistem yang terdiri atas komponen-komponen sistem antara lain:

1. Pasar atau permintaan yaitu potensi wisata
2. Destinasi atau tujuan wisata sebagai komponen terdiri atas berbagai unsur sediaan
3. Perjalanan yang dapat diwujudkan melalui sarana dan prasarana transportasi yang menghubungkan sumber pasar atau wisatawan dengan destinasi
4. Pemasaran sebagai suatu usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh berbagai pihak untuk mempertemukan permintaan dan penawaran.

Selain itu juga terdapat tiga unsur yang menjadi faktor untuk menarik wisatawan ke suatu tempat dan menumbuhkan kegiatan pariwisata yaitu adanya daya tarik (*attraction*), daya hubung (*accessibility*), dan fasilitas-fasilitas serta sarana penunjang seperti akomodasi, tempat makan, dan lain-lain (*amenities*). Konsep sistem kepariwisataan yang dilihat sebagai suatu proses *input* dan *output* yang digambarkan oleh Gunawan, dkk (1997) sebagai berikut:



Sumber : Gunawan, dkk (1997)

Gambar 2.1 Konsep Sistem Kepariwisata

Dalam hal ini ada tiga kelompok *input* yang akan mempengaruhi output, selain sistem kepariwisataannya sendiri. *Output* langsung seperti jumlah kunjungan wisatawan tidak hanya bergantung pada jumlah calon wisatawan tetapi juga bergantung pada dua jenis *input* lainnya yang dapat disebut sebagai *input instrumental* dan *input environmental*. *Input environmental* merupakan peraturan

yang diberlakukan baik secara tertulis maupun yang berbentuk norma serta nilai setempat yang dapat mendukung ataupun menghambat wisata tersebut. Sedangkan, *input instrumental* yaitu mencakup berupa situasi lingkungan fisik, sosial, ekonomi, budaya, keamanan dan ketertiban yang kegiatan pariwisatanya akan berlangsung maupun dalam skala yang lebih luas. Atraksi wisata menurut Yoeti (1996) merupakan segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti:

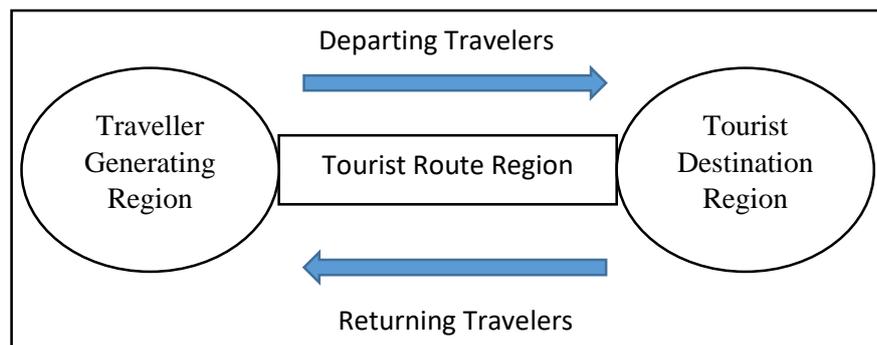
- Alam (*Nature*) merupakan suatu hal yang berasal dari alam yang dimanfaatkan dan diusahakan di tempat objek wisata yang dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan. Contohnya, pemandangan alam, pegunungan, flora dan fauna.
- Budaya (*Culture*) merupakan segala sesuatu yang berupa daya tarik yang berasal dari seni dan kreasi manusia. Contohnya, upacara keagamaan, upacara adat dan tarian tradisional.
- Buatan Manusia (*Man made*) merupakan segala sesuatu yang berasal dari karya manusia, dan dapat dijadikan sebagai objek wisata seperti benda-benda sejarah, kebudayaan, religi serta tata cara manusia.
- Manusia (*Human being*) merupakan segala sesuatu dari aktivitas manusia yang khas dan mempunyai daya tarik tersendiri yang dapat dijadikan sebagai objek wisata. Contohnya suku kubu Jambi yang mempunyai kehidupan primitive dan keunikan khas tersendiri.

Selain itu *output* langsung yang dapat menimbulkan terjadinya efek atau implikasi seperti tumbuhnya kegiatan usaha pelayanan yang selanjutnya dalam jangka waktu yang panjang dapat menimbulkan dampak pariwisata yang merupakan turunan dan akumulasi pengaruh akibat kedatangan wisatawan baik yang positif yaitu contohnya meningkatkan pendapatan penduduk, ataupun yang negatif contohnya dapat menyebabkan kerusakan fisik pada lingkungan, yang mudah diukur maupun tidak. Menurut Gunawan, dkk (1997) sistem kepariwisataan itu sendiri terdiri dari beberapa subsistem kepariwisataan, yaitu antara lain:

1. SubSistem perencanaan pembangunan dan pelaksanaannya
2. SubSistem Pemasaran
3. SubSistem Pelayanan

4. SubSistem Pengendalian

Sedangkan menurut Leiper (2004) menyatakan tentang sifat sistem terbuka pariwisata bahwa sistem Pariwisata dimana lingkungan juga berinteraksi dan memiliki pengaruh terhadap elemen-elemen di dalam sistem. Lingkungan tersebut dapat berupa aspek-aspek fisik, budaya, sosial, ekonomi, politik, hukum, dan teknologi yang membentuk pariwisata, namun pada giliran selanjutnya juga dipengaruhi oleh pariwisata. Leiper juga menjelaskan bahwa sistem pariwisata merupakan sistem uang terbuka yang terdapat tiga komponen utama yaitu komponen manusia dengan unsur pengunjung, industri yang terdiri dari unsur organisasi dan industro, dan terakhir komponen spasial atau secara geografis yang terdiri dari beberapa unsur wilayah penghasil pelaku wisata, rute transit dan tempat tujuan wisata. Konsep sistem pariwisata yang digambarkan oleh Leiper adalah sebagai berikut:



Sumber: Leiper, 2004

Gambar 2.2 Bagan Sistem Pariwisata Leiper

Dari gambar diatas, Leiper mencoba menjelaskan sistem pariwisata secara menyeluruh (whole tourism system) dimulai dengan mendeskripsikan perjalanan seorang wisatawan. Dari hasil analisa Leiper ada lima elemen sebagai subsistem dalam setiap sistem pariwisata yang menyeluruh, yaitu:

- a. Wisatawan (tourist) yang merupakan elemen manusia yaitu orang yang melakukan perjalanan wisata
- b. Daerah asal wisatawan (traveller-generating regions), merupakan elemen geografi yaitu tempat dimana wisatawan mengawali dan mengakhiri perjalanannya

- c. Jalur pengangkutan (transit route) merupakan elemen geografi tempat dimana perjalanan wisata utama berlangsung
- d. Daerah tujuan wisata (tourist destination region) sebagai elemen geografi yaitu tempat utama yang dikunjungi wisatawan
- e. Industri pariwisata (tourist industry) sebagai elemen organisasi, yaitu kumpulan dari organisasi yang bergerak usaha pariwisata, bekerjasama dalam pemasaran pariwisata untuk menyediakan barang, jasa dan fasilitas pariwisata

2.1.3 Pariwisata Perkotaan atau *Urban Tourism*

Pariwisata Perkotaan atau *Urban tourism* menurut Inskeep (2001) merupakan suatu kegiatan untuk menarik wisatawan domestik dan mancanegara perlu menyediakan suatu akomodasi dan berupa program kunjungan yang bisa menjadi daya tarik kota tersebut. Selain itu Shachar (1995) mengatakan bahwa *urban tourism* menjadi salah satu komponen yang dapat meningkatkan perekonomian di kota tersebut, dengan adanya *urban tourism* dapat meningkatkan peluang kerja melalui sektor jasa dan lainnya dan dapat mengurangi angka pengangguran. *Urban tourism* perlu dilakukan identifikasi dan dipahami melalui sisi penawaran yaitu penunjang fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan sehingga *urban tourism* perlu fokus dalam tiga hal, pada sisi manusia sebagai wisatawan, persepsi dan perilaku (Ashwort, 1989).

Dalam melakukan pengembangan *urban tourism* banyak pihak *stakeholder* yang berperan penting secara keseluruhan dalam membangun dan mengembangkan elemen-elemen kepariwisataan dengan peran dan motivasi masing masing, sehingga dalam hal ini suatu rencana kepariwisataan menjadi acuan atau titik tolak bersama. Menurut Kolb (2006), elemen *urban tourism* ditentukan menjadi tiga elemen yaitu elemen primer, elemen sekunder, dan elemen tambahan. Yang dimaksud elemen primer yaitu termasuk fasilitas budaya, fasilitas olahraga, fasilitas hiburan, karakteristik fisik, dan sosial budaya. Pada suatu pariwisata perkotaan perlu adanya fasilitas budaya sebagai elemen primer dimana menurut Supriharjo (2009), bahwa Fasilitas Budaya dipergunakan untuk menampung seluruh kegiatan budaya di daerah setempat maupun budaya lainnya. Selain itu terdapat Elemen sekunder yang terdiri dari fasilitas dan layanan pendukung yang dapat

dimanfaatkan oleh wisatawan selama kunjungan dan elemen tambahan adalah infrastruktur pariwisata yang memfasilitasi wisatawan. Selain itu juga menurut Tondobala (2012) mengatakan bahwa berkembang dan tumbuhnya suatu kawasan wisata kota tergantung dari beberapa hal yaitu cara memanfaatkan potensi-potensi objek wisata yang ada, menggali potensi yang belum dikembangkan, mendukung peluang pengembangan objek wisata dengan ketersediaan prasarana dan sarana yang sesuai dengan kondisi lingkungan yang ada dan melakukan pengelolaan kawasan secara profesional dan berkelanjutan. Pada elemen elemen tambahan juga perlu adanya pendukung, khususnya pada jalur pedestrian yaitu adanya lampu penerangan, pohon, jalur difabilitas, dan kursi.

Menurut Utama (2015) sebuah kota yang layak untuk dikembangkan menjadi pariwisata perkotaan atau *urban tourism* perlu memiliki beberapa komponen yaitu komponen utama sebagai atraksi wisata seperti 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. Selain itu juga perlu adanya komponen produk wisata seperti *amenities* (Hotel, restaurant, dan agen travel), *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 pariwisata perkotaan. Menurut Sujali (1989) bahwa pariwisata di perkotaan memiliki keterkaitannya dengan beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut terdiri dari faktor fisik dan non fisik. Faktor fisik yaitu keadaan topografi, iklim, cuaca, tanah dan topografi. Faktor non fisik merupakan keadaan sosial masyarakat sekitar, ekonomi, dan budaya. Sedangkan menurut Page (1995) elemen elemen suatu rencana kepariwisataan di perkotaan yang maksud disini adalah:

1. Lingkungan alam dan sosial ekonomi
2. Daya tarik dan kegiatan-kegiatan wisata
3. Akomodasi
4. Transportasi

5. Elemen elemen kelembagaan
6. Prasarana lainnya
7. Fasilitas, utilitas dan pelayanan wisata lainnya
8. Pasar wisata domestic dan internasional
9. Penggunaan prasarana wisata oleh penduduk setempat

Hingga saat ini, terdapat lima pendekatan untuk perencanaan wisata perkotaan yang dapat diidentifikasi yaitu empat pendekatan oleh Getz (1987) dan satu pendekatan oleh Page (1995) yaitu:

1. *Boosterism* adalah suatu pendekatan sederhana yang melihat pariwisata sebagai suatu atribut positif untuk suatu tempat dan penghuninya. Objek yang ada di lingkungan perkotaan dipromosikan sebagai suatu asset bagi pengembangan kepariwisataan tanpa memperhatikan dampaknya.
2. *The economic-Industry Approach* adalah pendekatan yang sangat luas digunakan oleh kota kota yang menganggap pariwisata sebagai suatu industri yang dapat mendatangkan manfaat ekonomi bersama-sama dengan penciptaan lapangan kerja dan kesempatan bangunan.
3. *The Physical-Spatial Approach* adalah pendekatan yang didasarkan pada tradisi suatu penggunaan lahan dan perencana dengan melakukan pendekatan rasional untuk perencanaan lingkungan perkotaan. Hanya saja pendekatan ini masih terdapat banyak kekurangan yaitu kurang dalam mempertimbangkan dampak sosial dan kultural dari wisata perkotaan.
4. *The Community Approach* adalah pendekatan yang lebih menekankan pada pentingnya keterlibatan maksimal dari masyarakat setempat di dalam proses perencanaan. Pendekatan yang dilakukan yaitu menekankan kepentingan pada manfaat-manfaat sosial dan budaya bagi masyarakat lokal dengan pertimbangan ekonomi dan lingkungan.

Kemudian Page (1995) menambahkan lagi satu pendekatan baru dalam perencanaan pariwisata, yaitu:

5. *Sustainable Approach (Sustainable tourism Planning)* yaitu merupakan pendekatan keberlanjutan berkepentingan dengan masa depan yang panjang dengan memanfaatkan sumber daya dan efek pembangunan ekonomi pada

lingkungan yang mungkin juga menyebabkan gangguan budaya dan sosial untuk beradaptasi dengan pola kehidupan dan gaya hidup individual

2.2 *Stakeholder* Pariwisata

Pembangunan wisata disuatu daerah membutuhkan adanya kontribusi dan partisipasi dari para pemangku kepentingan pariwisata atau yang melakukan kegiatan aktivitas di lokasi pariwisata tersebut. Menurut Hetifah (2003) , *stakeholder* dimaknai sebagai individu, kelompok, atau organisasi yang memiliki kepentingan dan terlibat dalam kegiatan program pembangunan dan setiap pemangku kepentingan memiliki peran yang berbeda dalam melakukan pengembangan objek dan daya tarik wisata disuatu tempat agar dapat terlaksana dengan baik. Sedangkan Gonsalves yang dikutip oleh Iqbal (2007) mendeskripsikan bahwa *stakeholder* sebagai siapa yang memberikan dampak dan/atau yang terkena oleh dampak dari suatu program, kebijakan, dan/atau pembangunan.

Menurut Crosby (1992) bahwa *stakeholder* diklasifikasikan menjadi tiga kelompok antara lain:

1. *Stakeholder* Utama (Primer), yaitu yang menerima dampak positif dan negatif diluar dari suatu kegiatan
2. *Stakeholder* Penunjang (Sekunder) yaitu menjadi perantara dalam membantu proses penyampaian kegiatan. Mereka dapat dikelompokkan menjadi pihak penyandang dana, pelaksana, pengawas, dan organisasi advokasi yaitu seperti LSM, organisasi pemerintah dan pihak swasta. Dalam melakukan beberapa kegiatan, *stakeholder* dapat merupakan perorangan atau kelompok kunci yang memiliki kepentingan baik formal atau informal.
3. *Stakeholder* kunci, yaitu yang berpengaruh kuat dan penting terkait dengan masalah, kebutuhan dan berupa perhatian terhadap kelancaran kegiatan. *Stakeholder* kunci mempunyai peran penting dalam proses pembuatan suatu kebijakan.

Nugroho (2014) berpendapat bahwa dalam melaksanakan pembangunan pariwisata, peran *stakeholder* diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Policy creator yaitu *stakeholder* yang berperan sebagai pengambil keputusan dan penentu suatu kebijakan.
2. Koordinator yaitu *stakeholder* yang berperan mengkoordinasikan *stakeholder* lain yang terlibat
3. Fasilitator yaitu *stakeholder* sebagai fasilitator yang berperan memfasilitasi dan mencukupi apa yang dibutuhkan kelompok sasaran.
4. Implementer yaitu *stakeholder* pelaksana kebijakan yang di dalamnya termasuk kelompok sasaran
5. Akselerator yaitu *stakeholder* yang berperan mempercepat dan memberikan kontribusi agar suatu program dapat berjalan sesuai sasaran atau bahkan lebih cepat waktu pencapaiannya

Pengembangan suatu pariwisata tidak terlepas dari peran penting *stakeholder* dalam mengetahui kepentingan dan pengaruh kepada para *stakeholder*, menurut Reed *et al* dalam Fitri (2015) bahwa analisis terhadap *stakeholder* ini merupakan suatu proses dalam mengidentifikasi individu, kelompok dan suatu organisasi yang dipengaruhi dan dapat mempengaruhi lingkungan dan generasi yang akan datang untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan, analisis *stakeholder* ini dapat dilakukan dengan cara:

1. Melakukan Identifikasi *stakeholder*
2. Membedakan dan mengelompokkan antar *stakeholder*
3. Menyelidiki hubungan antar *stakeholder*

Pendapat lain menjelaskan bahwa analisis peran *stakeholder* diawali dengan menyusun *stakeholder* dengan indikator *interest* atau minat *stakeholder* terhadap sesuatu masalah terhadap pembangunan dan pengembangan suatu objek dan *power* atau kekuatan *stakeholder* dalam mempengaruhi masalah serta dapat mempengaruhi pembuatan suatu kebijakan dan peraturan pembangunan (Bryson dalam Hardiansyah, 2012). Bryson juga mengatakan bahwa untuk mengetahui keterkaitan *stakeholder* terhadap pariwisata, terdapat beberapa indikator yang harus dicapai, antara lain:

1. *Contest Setter*

Mempunyai pengaruh yang penting tetapi dalam fungsinya hanya sedikit kepentingan. Hal ini menjadi suatu risiko yang signifikan sehingga perlu dilakukan pemantauan.

2. *Players*

Merupakan *stakeholder* yang mempunyai peran aktif dalam mempunyai peran kepentingan dan mempunyai pengaruh yang cukup tinggi terhadap suatu pembangunan suatu program.

3. *Subject*

Mempunyai suatu peran kepentingan yang tinggi tetapi memiliki tingkatan yang rendah dalam mempengaruhi pembangunan dan juga tidak memberikan dampak terhadap kapasitas pembangunan tetapi dapat menjadi suatu pengaruh jika membentuk suatu wadah dengan *stakeholder* lainnya.

4. *Crowd*

Merupakan *stakeholder* yang mempunyai sedikit kepentingan dan tidak terlalu memberikan pengaruh terhadap hasil atau proses suatu pembangunan, hal ini menjadi salah satu pertimbangan untuk mengikutsertakan dalam pengambilan keputusan.

Kegiatan pariwisata juga menggambarkan suatu ruang lingkup yang mempertimbangkan berbagai kelompok pemangku kepentingan yang melakukan partisipasi dan dipengaruhi oleh industri pariwisata tersebut. Adapun pemangku kepentingan yang terlibat dan berpartisipasi dalam industri pariwisata menurut Goeldner dan Ritchie (2009) mengemukakan bahwa:

1. Wisatawan.

Wisatawan bertujuan mendapatkan berbagai kepuasan pengalaman psikis dan fisik. Sifat ini akan sangat menentukan tujuan yang dipilih dan kegiatan yang dinikmati.

2. Pengusaha Penyedia Kebutuhan Barang dan Pelayanan Wisatawan.

Pengusaha melihat pariwisata sebagai kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dengan memasok barang dan jasa kebutuhan wisatawan.

3. Pemerintah Tujuan Wisata.

Pemerintah melihat pariwisata sebagai faktor kekayaan dalam perekonomian wilayah, sebagai pendapatan warga negara, penerimaan devisa, serta penerimaan pajak yang dikumpulkan dari pengeluaran wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pemerintah dapat memainkan peran penting dalam kebijakan pariwisata, pengembangan, promosi, dan implementasi.

4. Masyarakat pada Tujuan Wisata.

Masyarakat lokal biasanya melihat pariwisata sebagai faktor budaya dan pekerjaan, yang memberikan efek dari interaksi antara wisatawan dan penduduk. Efek ini mungkin mendapat manfaat finansial atau berbahaya, atau keduanya.

Sebagai upaya dalam melakukan pengembangan pariwisata perlu melalui rancangan-rancangan atau berupa aturan yang sudah ditetapkan pada suatu peraturan dalam melakukan pengembangan pariwisata dan juga dalam penentuan aktor aktor yang berperan pada strategi pengembangan pariwisata. Peran dari masing masing *stakeholder* dapat dipahami dengan baik.

2.2.1 Pemerintah Tujuan Wisata

Peran penting pemerintah dalam melakukan pembangunan dan pengembangan pariwisata yang ada di daerah tersebut, hal ini diungkapkan oleh Goeldner dan Ritchie (2009), bahwa pemerintah melihat pariwisata sebagai faktor kekayaan dalam perekonomian wilayah, sebagai pendapatan warga negara, penerimaan devisa, serta penerimaan pajak yang dikumpulkan dari pengeluaran wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pemerintah dapat memainkan peran penting dalam kebijakan pariwisata, pengembangan, promosi, dan implementasi.

Sesuai dengan pendapat Nugroho (2014), bahwa salah satu klasifikasi *stakeholder* adalah pemerintah yang mempunyai peran sebagai *policy creator* yaitu mempunyai peran sebagai penentu kebijakan dan pengambil keputusan, kebijakan ini akan digunakan untuk melakukan pengembangan dan perencanaan pada suatu objek kawasan selain itu juga fungsi pemerintah yaitu sebagai Koordinator, diartikan sebagai *stakeholder* yang berperan sebagai koordinator dalam

pengembangan suatu kawasan objek, pada kawasan pariwisata peran *stakeholder* yang berperan sebagai koordinator contohnya adalah Dinas Pariwisata. Peran pemerintah dalam pembangunan pariwisata bertugas membuat kebijakan dan perencanaan yang sistematis. Sebagai contoh, pemerintah menyediakan dan membangun infrastruktur pendukung kegiatan pariwisata, meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang bekerja sebagai tenaga kerja di sektor pariwisata, dan lain-lain (Yoeti,1996).

2.2.2 Pengusaha Penyedia Pelayanan Wisata

Menurut Goeldner dan Ritchie (2009), bahwa pengusaha melihat pariwisata sebagai kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dengan memasok barang dan jasa kebutuhan wisatawan. Peran pengusaha penyedia pelayanan wisata dan paguyuban mempunyai peran sebagai Fasilitator yang merupakan sebagai *stakeholder* yang mempunyai peran dalam memfasilitasi dan mencakupi semua kebutuhan yang ada disuatu kawasan tersebut, *stakeholder* ini dibantu oleh beberapa dinas terkait dalam menunjang semua kebutuhannya (Nugroho,2014). Selain itu menurut Nugroho (2014), paguyuban menjadi salah satu klasifikasi yang berperan sebagai akselator, yaitu merupakan *stakeholder* yang berperan untuk mempercepat dan memberikan suatu kontribusi untuk mencapai suatu keberhasilan dalam pengembangan suatu kawasan yaitu pariwisata. Pihak swasta dalam penyedia pelayanan wisata merupakan pelaku bisnis yang mempunyai peran dalam menyediakan sarana pendukung pariwisata, objek tiap pariwisata setidaknya membutuhkan banyak sarana pendukung seperti restoran, akomodasi, biro perjalanan, transportasi, dan lain-lain (Yoeti, 1996). Selain itu juga menurut Yoeti (2002), pada daerah tujuan wisata perlu adanya amenities yang mereka miliki seperti akomodasi, usaha pengelola makanan, transportasi, rekreasi dan lain lain.

Dalam Undang undang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan bahwa usaha pariwisata merupakan usaha yang menyediakan barang atau berupa jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan penyelenggara pariwisata, sedangkan pengusaha pariwisata adalah orang atau berupa sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata. Maupun yang terkandung dalam definisi, usaha pengusaha penyedia pelayanan wisata meliputi:

- Usaha pelayanan Perjalanan Wisata (biro perjalanan, rental car),
- Usaha penginapan (hotel berbintang, hotel non bintang, hotel melati, pondok wisata, *guest house* dll).
- Usaha penyedia makanan (restoran, rumah makan, warung), usaha tempat hiburan (*night club, cafe* dll),
- Usaha penyedia cinderamata (*art shop*, usaha kerajinan).
- Usaha penyedia obyek wisata (obyek wisata alam, obyek wisata budaya, obyek wisata buatan, obyek wisata minat khusus, obyek wisata perdesaan, obyek wisata kuliner dll).

2.2.3 Wisatawan

Pada UU Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, wisatawan merupakan orang yang melakukan wisata, yaitu dengan mengunjungi suatu kawasan objek pariwisata dengan tujuan tertentu. Goeldner dan Ritchie (2009) mengatakan bahwa Wisatawan bertujuan mendapatkan berbagai kepuasan pengalaman psikis dan fisik. Sifat ini akan sangat menentukan tujuan yang dipilih dan kegiatan yang dinikmati. Menurut Karyono (1977), wisatawan dapat diklasifikasikan sesuai dengan sifat perjalanan dan lokasinya, pembagian klasifikasi wisatawan adalah sebagai berikut:

1. *Foreign Tourist* (Wisatawan Asing)

Wisatawan asing merupakan orang yang melakukan perjalanan wisata yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara asalnya. Wisatawan asing juga sering disebut sebagai wisatawan mancanegara.

2. *Domestic Foreign Tourist*

Wisatawan ini merupakan orang yang melakukan tugas atau melaksanakan perjalanan wisata dengan berdiam atau bertempat tinggal disuatu wilayah negara yang dimana ia tinggal.

3. *Domestic Tourist* (Wisatawan Domestik)

Wisatawan domestik sering juga disebut sebagai wisatawan Nusantara yaitu merupakan warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata masih dalam ruang lingkup di negara itu sendiri tanpa melewati perbatasan wilayah negaranya.

4. *Indigenous Foreign Tourist*

Wisatawan ini merupakan warga negara yang melaksanakan perjalanan karena tugasnya atau jabatannya berada diluar negeri dengan melakukan aktivitas pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri.

2.2.4 Masyarakat pada Tujuan Wisata

Goeldner dan Ritchie (2009) mengatakan bahwa masyarakat lokal biasanya melihat pariwisata sebagai faktor budaya dan pekerjaan, yang memberikan efek dari interaksi antara wisatawan dan penduduk. Efek ini mungkin mendapat manfaat finansial atau berbahaya, atau keduanya. Peran dalam suatu *stakeholder* masyarakat berperan sebagai pelaksana suatu kebijakan yang telah dibuat oleh pemerintah yaitu untuk menunjang dari pengembangan kawasan pariwisata dan peran masyarakat sendiri juga dalam mendukung pengembangan kawasan pariwisata di suatu tempat objek wisata (Nugroho,2014).

Hal ini juga disampaikan oleh Yoeti (1996) bahwa masyarakat merupakan sebagai pemilik dan pengelola dalam aktivitas pariwisata dan dapat menjadi bagian dari atraksi wisata untuk menarik wisatawan dengan cara mengenalkan kebudayaan dan kebiasaan sehari-hari yang menjadi keunikan dan ciri khas dari objek wisata. Dengan adanya peran masyarakat yang berperan sebagai pelaku pendukung kegiatan pariwisata, masyarakat memiliki peran yang penting dalam memajukan suatu kawasan yang akan didatangi oleh wisatawan, peran masyarakat sangat besar dengan harusnya bertanggungjawab dengan pemeliharaan, kegiatan di kawasan wisata, serta manajemen kawasan pariwisata.

2.3 Revitalisasi Kawasan

Menurut Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 18 Tahun 2010 tentang Pedoman Revitalisasi Kawasan dijelaskan bahwa revitalisasi merupakan upaya pemerintah untuk meningkatkan nilai lahan atau suatu kawasan melalui pembangunan kembali dalam suatu kawasan yang dapat meningkatkan kembali fungsi dari kawasan sebelumnya, dilakukan vitalitas kawasan untuk meningkatkan kualitas suatu kawasan yang dapat mendukung kelangsungan hidup warganya dan

mendukung produktivitas pada sektor sosial, budaya, dan ekonomi dengan tetap mempertahankan kualitas lingkungan fisik dan mencegah terjadinya kerusakan warisan budaya.

Definisi lain dari revitalisasi adalah suatu usaha untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau suatu bagian kota yang dulunya pernah hidup atau ada aktivitas yang ramai, akan tetapi mengalami penurunan dalam melakukan revitalisasi dilakukan perbaikan secara bentuk kondisi aspek fisik, aspek sosial, dan aspek ekonomi, hal ini harus mampu mengenali dan memanfaatkan potensi lingkungan yang ada disekitar kawasan yaitu dari lingkungan, citra kota, sejarah, dan keunikan dari kawasan tersebut (Danisworo, 2002). Menurut Laretna (2002) dalam melaksanakan revitalisasi perlu adanya keterlibatan masyarakat lokal tidak hanya mendukung secara formalitas tetapi perlu adanya partisipasi masyarakat yang terlibat.

Dilakukan revitalisasi terhadap suatu kawasan karena terdapa tujuan dan sasaran, tujuan dilakukan revitalisasi menurut Peraturan Menteri No. 18 Tahun 2010 yaitu untuk meningkatkan vitalitas kawasan terbangun melalui intervensi perkotaan yang mampu menciptakan pertumbuhan dan stabilitas ekonomi dan sasaran yang akan dicapai dengan adanya revitalisasi ini adalah antara lain untuk mengembangkan penciptaan iklim yang kondusif bagi kontinuitas dan kepastian usaha, meningkatnya nilai properti kawasan dengan mereduksi berbagai faktor eksternal yang menghambat sebuah kawasan sehingga nilai properti kawasan sesuai dengan nilai pasar dan kondusif bagi investasi jangka panjang dan sebagai penguatan kelembagaan yang mampu mengelola, memelihara dan merawat kawasan revitalisasi.

Revitalisasi kawasan merupakan sebuah program berkelanjutan yang dimulai dari tahapan jangka pendek sampai dengan jangka Panjang. Kegiatan revitalisasi mencakup tiga aspek (Danisworo, 2000) yaitu:

1. Fisik

Aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan aspek fisik antara lain, perbaikan jalan yang sudah mengalami kerusakan, perbaikan drainase kawasan dan lain-lain yang berkaitan dengan perbaikan kualitas lingkungan

2. Ekonomi

Aspek ekonomi meliputi aktivitas perdagangan dan jasa yang dapat diperinci menjadi perdagangan eceran maupun grosir yang akan dikembangkan keberadaanya didukung program-program warga, aktivitas perdagangan tradisional yang dikelola secara modern dengan manajemen pengelolaan yang modern.

3. Sosial Budaya

Revitalisasi kawasan tidak lepas dari aspek sosial budaya karena pada setiap kawasan terdapat aktivitas sosial budaya yang dapat dilihat pada interaksi warga hidup tetangga, pelaksanaan upacara keagamaan, dan lain-lain-lain yang mencakup kehidupan warga.

Menurut Huat dan Edward (1992) dalam Samosir (2016), menjelaskan bahwa dalam suatu ruang dibutuhkan elemen-elemen pendukung (*street furniture*) untuk penataan ruang publik, sebagai berikut:

- Lampu, dimana standar penerangan untuk skala jalur pedestrian secara umum adalah:
 - Ketinggian maksimum 12 kaki
 - Penerangan maksimum 75 watt
 - Jarak masing-masing penerangan 50 meter
- *Signage*, berupa tanda-tanda yang diperhatikan untuk menunjukkan identitas jalur pedestrian, arah, rambu lalu lintas serta memberi informasi lokasi atau aktivitas
- Ground cover, berupa penggunaan paving block atau aspal yang harus diperhatikan dalam perencanaan jalur pedestrian
- Bangku, digunakan untuk mengantisipasi kegiatan pejalan kaki untuk beristirahat atau menikmati suasana sekitar
- Kios, peneduh (*shelter*) dan kanopi
- Tanaman peneduh, disamping untuk mempercantik kawasan, juga sebagai vegetasi untuk mengurangi polusi udara
- Tempat sampah perlu untuk menjaga kebersihan jalur pedestrian sehingga pejalan kaki merasa nyaman dan tidak terganggu

Dalam pengembangannya, revitalisasi merupakan sebuah kegiatan yang sangat kompleks, revitalisasi dilakukan dengan melalui beberapa tahapan dan membutuhkan jangka waktu tertentu, dan penjelasan ini menurut Danisworo (2000) dan Tiesdell (1996) sebagai berikut:

1. Intervensi Fisik

Intervensi fisik mengawali kegiatan fisik revitalisasi dan dilakukan secara bertahap, meliputi perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda/reklame dan ruang terbuka kawasan (urban realm). Mengingat citra kawasan sangat erat kaitannya dengan kondisi visual kawasan, khususnya dalam menarik kegiatan dan pengunjung, intervensi fisik ini perlu dilakukan. Isu lingkungan (environmental sustainability) menjadi penting, sehingga intervensi fisik pun sudah semestinya memperhatikan konteks lingkungan.

2. Rehabilitasi Ekonomi

Revitalisasi pada tahap selanjutnya harus berpengaruh pada kegiatan perekonomian masyarakat. Peningkatan kualitas fisik haruslah dapat menambah perekonomian guna meningkatkan kegiatan dan aksesibilitas kawasan.

3. Revitalisasi Sosial

Arahan memvitalkan kembali kawasan yang menurun vitalitasnya melalui perbaikan fisik dan merehabilitasi ekonomi, perlu didukung dengan tegas dan mantap oleh institusi atau pemerintah. Menurut Budiharjo (1997) revitalisasi akan selalu berkaitan dengan peraturan perundangan, kebijakan perencanaan dan perancangan kawasan yang didalamnya mencakup penerapan sistem insentif dan disinsentif serta *reward* dan *punishments*.

2.3.1 Koridor Kawasan Jalur pedestrian Sebagai Daya Tarik *Urban Tourism*

Salah satu pembangunan yang dilakukan pemerintah Kota Palembang yaitu dengan melakukan revitalisasi kawasan koridor Sudirman yaitu bagian jalur pedestrian. Menurut Darmawan (2003), koridor adalah sebuah jalan yang diapit oleh dua deretan massa (pohon atau bangunan) dari sebelah kiri atau kanan yang merupakan ruang-ruang di sekitar jalan. Koridor jalan sebagai *linear space* tidak

sekedar menjadi ruang sirkulasi, namun juga sangat berpotensi untuk tumbuh dan berkembang sebagai ruang kegiatan aktivitas masyarakat (Shirvani, 1985). Menurut Philadelphia (2009), koridor komersial merupakan suatu kumpulan toko ritel yang melayani area perdagangan yang berada di sepanjang jalan tunggal. Dengan kata lain koridor komersial dapat dijelaskan sebagai sebuah ruang yang diapit oleh dua deretan massa sebagai jalur pergerakan transportasi, manusia dan kawasan aktivitas perekonomian masyarakat yang berupa aktivitas perdagangan dan jasa.

Menurut Carr, *et al.* dalam Carmona (2003), dalam melakukan pengembangan pada koridor perlu diperhatikan bentuk fisik koridor yang dapat berperan secara baik jika terdapat unsur-unsur berikut antara lain:

1. *Comfort* atau kenyamanan

Kenyamanan adalah salah satu syarat utama untuk ruang fisik yang dapat dikatakan berhasil. Lamanya seorang melakukan aktivitas di suatu koridor tersebut dapat menjadi salah satu tolak ukur. Pada hal ini kenyamanan koridor dipengaruhi oleh kenyamanan lingkungan, yang berasal dari pengaruh alam seperti contohnya angin dan sinar matahari. Kenyamanan secara fisik yaitu adanya ketersediaan fasilitas yang menjadi penunjang untuk pengguna koridor seperti kursi, lampu taman dan kotak sampah. Kenyamanan secara sosial dan psikologi yaitu berupa ruang bersosialisasi yang dipakai untuk para pengguna.

2. *Relaxation* atau relaksasi

Relaksasi menjadi salah satu unsur penting yang mempunyai keterkaitan dengan kenyamanan secara psikologi. Suasana dan kondisi yang rileks dapat dicapai jika pikiran dan badan dalam kondisi yang baik dan sehat. Kondisi ini dapat dibentuk dengan memfasilitasi koridor dengan unsur alam seperti adanya tanaman yang rindang dengan lokasi yang terhindar dari polusi suara dan udara dari kendaraan sekelilingnya.

3. *Passive engagement*

Unsur ini menjadi sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungannya, Kegiatan pasif dapat dilakukan dengan cara duduk-duduk atau berdiri sambil melihat aktivitas yang terjadi di sekelilingnya atau melihat pemandangan lingkungan sekitar.

4. *Active engagement*

Unsur ini mempengaruhi keberhasilan suatu koridor jika didalamnya dapat mewadahi aktivitas berupa interaksi antara masyarakat atau komunitas sosial dan budaya dengan baik.

5. *Discovery*

Proses dimana untuk mengelola ruang koridor agar didalamnya terjadi interaksi atau aktivitas yang tidak monoton dengan memberikan daya tarik berupa keunikan aktivitas dan ciri khas secara budaya lokal yang terdapat pada koridor.

Koridor merupakan salah satu wadah aktivitas manusia dimana didalamnya terdapat sirkulasi pergerakan manusia dan transportasi memiliki dua pengaruh langsung pada kualitas lingkungan antaranya kelangsungan aktivitas komersial dan kualitas visual yang kuat terhadap struktur dan bentuk fisik kota. Jalur pedestrian merupakan salah satu bagian dari koridor yang merupakan salah satu bentuk ruang publik disuatu perkotaan.

Menurut Nurhidayati (2014) jalur pedestrian berasal dari bahasa Yunani yaitu dari kata *pedos* yang berarti kaki sehingga dapat diartikan sebagai pejalan kaki atau orang yang berjalan kaki. Definisi jalur pedestrian juga diungkapkan menurut Nurisjah dan Qodarian (1995), bahwa jalur pedestrian direncanakan sebagai jalur pejalan kaki dan jalur ini dimanfaatkan untuk sebagai suatu sistem sirkulasi yang dapat meningkatkan nilai estetika, menyenangkan, nyaman, dan merasa tidak merasa panjang bila berjalan di atasnya. Peraturan Menteri pekerjaan umum nomor 3 tahun 2004 tentang pedoman perencanaan, penyediaan dan pemanfaatan prasarana dan sarana jaringan pejalan kaki di kawasan perkotaan pada pasal 8, menjelaskan bahwa ruang jalur pejalan kaki merupakan ruang yang diperlukan pejalan kaki untuk berdiri dan berjalan yang dihitung berdasarkan dimensi tubuh manusia pada saat membawa barang atau berjalan bersama dengan pejalan kaki lainnya baik dalam kondisi diam maupun bergerak.

Jalur pedestrian yang berguna untuk memfasilitasi dan mencapai pelayanan yang optimal untuk penggunaannya maka terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dan dapat disesuaikan dalam melakukan pengembangannya, menurut

Jacobs (1995) untuk memenuhi jalur sirkulasi jalur pedestrian yang berkualitas terdapat beberapa kualitas fisik yang perlu di penuhi yaitu:

1. Keamanan, yaitu dimaksudkan untuk menciptakan zona aman bagi pengguna jalur pedestrian yang tercakup didalamnya terdapat jalur khusus untuk jalur pedestrian yang terpisah dengan jalur kendaraan, daerah hijau dan pepohonan hal ini juga dilakukan pemasangan lampu penerangan jalan yang menerangi jalur pedestrian saat malam hari.
2. Aksesibilitas yang mudah, arus jalur pedestrian berawal dari pergantian moda transportasi maka sebaiknya disediakan fasilitas untuk penyelesaian khusus agar memudahkan ke jalur dengan jarak tempuh yang singkat.
3. Kenyamanan, hal ini menjadi salah satu hal penting pada jalur pedestrian dalam memfasilitasi pejalan kaki perlu pemilihan material yang tepat dan sesuai dengan fungsi pengguna jalan jalur pedestrian yaitu seperti untuk menghindari hujan dan terik matahari, penempatan sistem utilitas yang tidak mengganggu pejalan kaki, dan penggunaan jenis material yang sesuai dengan karakteristik penggunaannya.

2.4 Persepsi Masyarakat dan Pengunjung Terhadap Revitalisasi

Persepsi merupakan suatu proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indera kita (penginderaan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sadar akan kita sendiri (Sarwono, 2009). Sedangkan menurut Porteous (1997), persepsi merupakan suatu gambaran serta interpretasi seseorang yang melihat mengenai suatu objek, terutama bagaimana orang tersebut menghubungkan informasi yang dilihat dengan dirinya sendiri atau orang lain. Persepsi bukanlah suatu proses yang pasif tetapi merupakan proses yang aktif dari suatu interaksi antara seseorang yang melihat objek dan lingkungan sekitarnya (Hilgard, 1978)

Definisi persepsi masyarakat adalah sebuah proses dimana sekelompok orang atau individu yang hidup dan tinggal bersama dalam wilayah tertentu, kemudian memberikan penilaian atau mengintepretasikan terhadap suatu objek yang dianggap menarik dari lingkungan tempat tinggal mereka (Robbin, 2003). Menurut Allport (1962), persepsi seseorang terhadap lingkungan tergantung kepada

seberapa jauh suatu objek membuat suatu arti terhadap pribadi dirinya, sehingga akan muncul suatu persepsi berupa pengertian kesadaran atau suatu penghargaan untuk objek tersebut.

Persepsi masyarakat menurut Porteus (1977) dipengaruhi oleh dua faktor yaitu Internal dan Eksternal. Faktor Internal adalah nilai yang terdapat dalam masing pribadi yang dipadukan dengan panca indera pada proses melihat, merasakan, mencium, mendengar bunyi, dan meraba objek. Faktor faktor tersebut kemudian dikombinasikan dengan faktor eksternal, yaitu keadaan lingkungan dan sosial budaya yang kemudian dapat menjadi suatu respon dalam bentuk suatu tindakan. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi antara lain adalah jenis kelamin dan umur, serta bagaimana latar belakang kebudayaan, pendidikan, pekerjaan, waktu luang, dan kemampuan fisik dan intelektual seseorang dalam menilai suatu objek tersebut (Brockman dan Merriem, 1973), sedangkan Menurut David Krech dan Ricard Crutfield dalam Jalaludin Rahmat (2003) membagi faktor-faktor yang menentukan persepsi, dibagi menjadi dua yaitu:

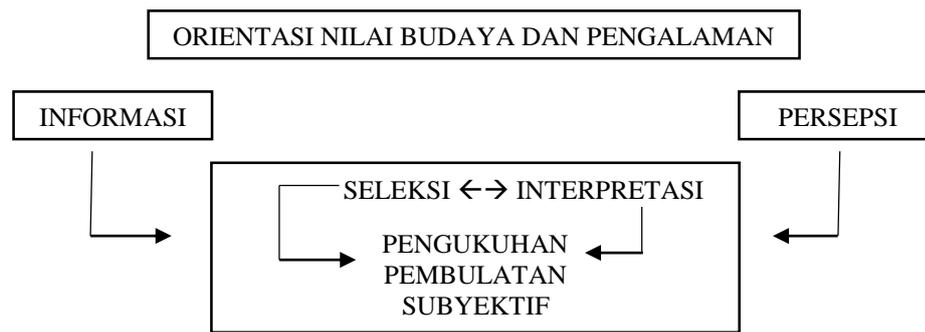
1. Faktor fungsional

Faktor yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Faktor fungsional yang menentukan persepsi adalah obyek-obyek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.

2. Faktor Struktural

Faktor-faktor yang berasal semata-mata dari sifat stimulus fisik terhadap efek-efek syaraf yang ditimbulkan pada sistem saraf individu.

Proses yang dapat melandasi sehingga terjadinya persepsi menurut Boedojo (1986) yaitu berawal dari adanya sumber informasi dari pengaruh lingkungan, alur proses persepsi di gambarkan sebagai berikut:



Sumber: Boedjo (1986)

Gambar 2.3 Proses Persepsi Boedjo

Tidak semua informasi yang diterima dan disadari oleh individu, melainkan masing-masing pribadi dapat menilai berdasarkan orientasi pengalamannya terhadap suatu objek tersebut, keseluruhan informasi yang telah menjadi sesuatu yang utuh lalu diberi interpretasi dan makna antara lain atas dasar orientasi nilai pribadi masing-masing dan pengalaman pribadi individu. Diakui sebagai anggota berarti ada: “(sense of belonging)” (Sastropetro, 1998). Menurut Mikkelsen, (2003) terdapat lima cara dalam melibatkan keikutsertaan masyarakat, yaitu:

- Survei dan konsultasi lokal untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan.
- Memanfaatkan petugas lapangan, agar sambil melakukan tugasnya sebagai agen pembaharu juga menyerap berbagai informasi yang dibutuhkan dalam perencanaan.
- Perencanaan yang bersifat desentralisasi agar lebih memberikan peluang yang semakin besar kepada masyarakat untuk berpartisipasi.
- Perencanaan melalui pemerintah lokal.
- Menggunakan strategi pembangunan komunitas (*community development*)

Untuk menilai persepsi dari pengunjung terhadap suatu kawasan *urban tourism* perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi perjalanan wisata. Menurut Steck, et.al (1999) dalam Janianton Damanik dan Helmut F. Weber (2006) wisatawan memiliki beragam motif, minat, ekspektasi, karakteristik sosial, ekonomi, budaya, dan sebagainya. Karena memiliki motif dan latar belakang yang berbeda, wisatawan menjadi pihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata. Peran wisatawan ini sangat menentukan dan sering diposisikan sebagai

jantung kegiatan pariwisata. Menurut Foster (1985), faktor-faktor utama yang mempengaruhi perjalanan wisata adalah sebagai berikut:

1. Profil Wisatawan (*Tourist Profile*)

Profil wisatawan dapat dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu:

- Karakteristik Sosial ekonomi wisatawan (*Socio-economic characteristic*) yang meliputi umur, pendidikan dan tingkat pendapatan.
 - Karakteristik tingkah laku (*behavioural Characteristic*) yang meliputi motivasi, sikap dan keinginan wisatawan.
2. Pengetahuan untuk melakukan perjalanan (*travel awareness*) yang meliputi informasi tentang daerah tujuan wisata serta ketersediaan fasilitas dan pelayanannya.
 3. Karakteristik perjalanan (*trip features*) yang meliputi jarak, waktu tinggal di daerah tujuan, biaya dan waktu perjalanan.
 4. Sumber daya dan karakteristik daerah tujuan (*resources and characteristic of destinataon*) yang meliputi jenis atraksi, akomodasi, ketersediaan dan kualitas fasilitas pelayanan, kondisi lingkungan dan sebagainya.

Berdasarkan uraian di atas jelaslah bahwa partisipasi lebih dapat terselenggara dalam masyarakat dan pengunjung, apabila masyarakat dan pengunjung merasa ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan kegiatan pembangunan dan ikut mengawasi kegiatan pembangunan yang sedang dilakukan. Pemerintah juga memiliki peran mengontrol kegiatan pembangunan tersebut, pemerintah meminta saran dan kritik dari masyarakat sebelum suatu keputusan ditetapkan. Secara garis besar dapat ditarik kesimpulan partisipasi adalah suatu wujud dari peran serta masyarakat dan pengunjung dalam aktivitas berupa perencanaan dan pelaksanaan untuk mencapai tujuan pembangunan, wujud dari partisipasi dapat berupa saran, jasa, ataupun dalam bentuk materi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam suasana demokratis.

2.5 Sintesis Literatur

Sintesa Literatur diambil dari hasil temuan teori yang telah dijelaskan diatas mengenai pengembangan pariwisata perkotaan, persepsi masyarakat terhadap

revitalisasi pembangunan pariwisata dan *stakeholder* pengembangan pariwisata. Pembahasan tentang pengembangan pariwisata perkotaan, sistem kepariwisataan, daya tarik *urban tourism*, pariwisata dari hasil revitalisasi, persepsi berbagai sektor pariwisata dan *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata merupakan teori teori yang diperoleh dari pendapat para ahli dari hasil kajian literatur yang dilakukan. Sintesis literatur ini berfungsi untuk mendapatkan teori dari hasil yang akan diteliti saat melaksanakan kegiatan dilapangan. Berikut ini merupakan tabel hasil ringkasan literatur:

Tabel 2.1 Sintesis Literatur dan Variabel Terpilih Pada Penelitian

Literatur	Sumber	Teori	Variabel	Variabel Terpilih	
1. Karakteristik Urban Tourism	Suzanna (2003)	Pari berarti banyak, berputar-putar dan lingkup, sedangkan wisata adalah perjalanan. Pariwisata merupakan suatu proses bepergian seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya	Aspek Fisik <ul style="list-style-type: none"> • Elemen Primer • Elemen Sekunder • Elemen Tambahan 	ASPEK FISIK <ul style="list-style-type: none"> • Elemen Primer • Elemen Sekunder • Elemen Tambahan 	
	Undang Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan	Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.	Aspek Non-Fisik <ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan sosial masyarakat • Kegiatan ekonomi • Kegiatan budaya 		
	Inskeep (2001)	<i>Urban tourism</i> merupakan suatu kegiatan untuk menarik wisatawan domestik dan mancanegara perlu menyediakan suatu akomodasi dan berupa program kunjungan yang bisa menjadi daya tarik kota tersebut.			
	ASPEK FISIK				
	Sujali (1989)	Pariwisata di perkotaan memiliki keterkaitannya dengan beberapa faktor yaitu faktor fisik: keadaan topografi, iklim, cuaca, tanah dan topografi.			
	Kolb (2006)	Elemen <i>urban tourism</i> ditentukan menjadi tiga elemen yaitu elemen primer, elemen sekunder, dan elemen tambahan			
	Page (1995)	Elemen elemen suatu rencana kepariwisataan di perkotaan Lingkungan alam dan sosial ekonomi, Daya tarik dan kegiatan-kegiatan wisata, Akomodasi, Transportasi, Elemen elemen kelembagaan, Prasarana lainnya, Fasilitas, utilitas dan pelayanan wisata lainnya, Pasar wisata domestic dan internasional, Penggunaan prasarana wisata oleh penduduk setempat			
	ASPEK NON-FISIK				
	Utama (2015)	Sebuah kota yang layak untuk dikembangkan menjadi pariwisata perkotaan atau urban tourism perlu memiliki beberapa komponen yaitu komponen utama sebagai atraksi wisata. Selain itu			

Literatur	Sumber	Teori	Variabel	Variabel Terpilih
		juga perlu adanya komponen produk wisata seperti <i>amenities</i> , <i>accessibility</i> dan <i>ancillary</i>		
	(Ashwort, 1989).	<i>Urban tourism</i> perlu dilakukan identifikasi dan dipahami melalui sisi penawaran yaitu penunjang fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan sehingga <i>urban tourism</i> perlu fokus dalam tiga hal, pada sisi manusia sebagai wisatawan, persepsi dan perilaku		
	Sujali (1989)	Pariwisata di perkotaan memiliki keterkaitannya dengan beberapa Faktor non fisik: kedaan sosial masyarakat sekitar, ekonomi, dan budaya.		
2. Analisis Peran Stakeholder dalam pengembangan urban tourism	Hetifah (2003)	<i>Stakeholder</i> dimaknai sebagai individu, kelompok, atau organisasi yang memiliki kepentingan dan terlibat dalam kegiatan program pembangunan dan setiap pemangku kepentingan memiliki peran yang berbeda dalam melakukan pengembangan objek dan daya tarik wisata disuatu tempat agar dapat terlaksana dengan baik	<ul style="list-style-type: none"> • Pemerintah • Penyedia pelayanan jasa • Masyarakat Lokal • Wisatawan / Pengunjung 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemerintah • Penyedia pelayanan jasa • Masyarakat Lokal • Wisatawan / Pengunjung
	Crosby (1992)	<i>Stakeholder</i> diklasifikasikan menjadi tiga kelompok yaitu <i>stakeholder</i> utama, <i>stakeholder</i> penunjang, dan <i>stakeholder</i> kunci		
	Goeldner dan Ritchie (2009)	Pemangku kepentingan yang terlibat dan berpartisipasi dalam industri pariwisata yaitu wisatawan, pengusaha penyedia kebutuhan ruang dan pelayanan wisatawan, pemerintah tujuan wisata dan masyarakat pada tujuan wisata.		
	Yoeti (1996)	Peran pemerintah dalam pembangunan pariwisata bertugas membuat kebijakan dan perencanaan yang sistematis. Sebagai contoh, pemerintah menyediakan dan membangun infrastruktur pendukung kegiatan pariwisata, meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang bekerja sebagai tenaga kerja di sektor pariwisata, dan lain-lain		
	Nugroho (2014)	Peran pengusaha penyedia pelayanan wisata dan paguyuban mempunyai peran sebagai Fasilitator yang merupakan		

Literatur	Sumber	Teori	Variabel	Variabel Terpilih
		sebagai <i>stakeholder</i> yang mempunyai peran dalam memfasilitasi dan mencakupi semua kebutuhan yang ada disuatu kawasan tersebut, <i>stakeholder</i> ini dibantu oleh beberapa dinas terkait dalam menunjang semua kebutuhannya		
	Undang Undang Nomor 10 tahun 2009	Wisatawan merupakan orang yang melakukan wisata, yaitu dengan mengunjungi suatu kawasan objek pariwisata dengan tujuan tertentu.		
	Yoeti (1996)	Bahwa masyarakat merupakan sebagai pemilik dan pengelola dalam aktivitas pariwisata dan dapat menjadi bagian dari atraksi wisata untuk menarik wisatawan dengan cara mengenalkan kebudayaan		
3. Persepsi Terhadap Revitalisasi Jalur pedestrian	Sarwono (2009)	Persepsi merupakan suatu proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indera kita (penginderaan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari di sekeliling kita, termasuk sada akan kita sendiri		
	Porteus (1977)	Persepsi dipengaruhi oleh dua faktor yaitu Internal dan Eksternal. Faktor Internal adalah nilai yang terdapat dalam masing pribadi yang dipadukan dengan panca indera, faktor eksternal, yaitu keadaan lingkungan dan sosial budaya yang kemudian dapat menjadi suatu respon dalam bentuk suatu tindakan		
3.1 Aspek Kegiatan Revitalisasi	Danisworo (2002)	revitalisasi adalah suatu usaha untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau suatu bagian kota yang dulunya pernah hidup atau ada aktivitas yang ramai, akan tetapi mengalami penurunan dalam melakukan revitalisasi dilakukan perbaikan secara bentuk kondisi aspek fisik, fasilitas sosial, dan fasilitas ekonomi, hal ini harus mampu mengenali dan memanfaatkan potensi lingkungan yang ada disekitar kawasan yaitu dari	<ul style="list-style-type: none"> • Aspek Fisik • Aspek Sosial • Aspek ekonomi 	<ul style="list-style-type: none"> • Aspek Fisik • Fasilitas Sosial • Fasilitas Ekonomi

Literatur	Sumber	Teori	Variabel	Variabel Terpilih
		lingkungan, citra kota, sejarah, dan keunikan dari kawasan		
	Danisworo (2000)	Kegiatan revitalisasi mencakup tiga aspek yaitu Fisik, Ekonomi, dan sosial budaya.		
3.2 Fungsi Kawasan Koridor Jalur pedestrian	Peraturan Menteri PU No. 3 tahun 2004	Jalur pedestrian juga bermanfaat untuk mendukung upaya revitalisasi kawasan perkotaan, merangsang berbagai kegiatan ekonomi untuk mendukung perkembangan kawasan bisnis yang menarik, menghadirkan suasana dan lingkungan yang khas, unik, dan dinamis	Fungsi Kawasan Koridor <ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan Ekonomi • Kawasan Bisnis • Lingkungan yang khas dan Unik • Aksesibilitas yang mudah dan nyaman 	Fungsi Kawasan Koridor <ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan Ekonomi • Kawasan Bisnis • Lingkungan yang khas dan Unik • Aksesibilitas yang mudah dan nyaman
	Jacobs (1995)	Untuk memenuhi jalur sirkulasi jalur pedestrian yang berkualitas terdapat beberapa kualitas fisik yang perlu di penuhi yaitu keamanan, Aksesibilitas yang mudah dan kenyamanan.	Unsur dari Bentuk Koridor <ul style="list-style-type: none"> • Kenyamanan • Relaksasi • Keterlibatan secara pasif • Keterlibatan secara aktif • Inovasi 	Unsur dari Bentuk Koridor <ul style="list-style-type: none"> • Kenyamanan • Relaksasi • Keterlibatan secara pasif • Keterlibatan secara aktif • Inovasi
	Carr, <i>et al.</i> dalam Carmona (2003)	Bentuk fisik koridor dapat berperan secara baik jika mengandung unsur <i>comfort, relaxation, passive angagement, active angagement, dan discovery</i>		
3.3 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat dan Pengunjung/ Wisatawan	Brockman dan Merriem (1973)	Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi antara lain adalah jenis kelamin dan umur, serta bagaimana latar belakang kebudayaan, pendidikan, pekerjaan, waktu luang, dan kemampuan fisik dan intelektual seseorang dalam menilai suatu objek tersebut	Masyarakat <ul style="list-style-type: none"> • Jenis Kelamin • Umur • Latar Belakang Pendidikan • Pekerjaan 	Masyarakat <ul style="list-style-type: none"> • Jenis Kelamin • Umur • Latar Belakang Pendidikan • Pekerjaan
	Foster (1985)	Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perjalanan wisata adalah profil wisatawan dapat dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu -Karakteristik Sosial ekonomi wisatawan yang meliputi umur, pendidikan dan tingkat pendapatan.	Pengunjung/ Wisatawan <ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik 	Pengunjung/ Wisatawan <ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik Sosial Ekonomi

Literatur	Sumber	Teori	Variabel	Variabel Terpilih
		-Karakteristik tingkah laku yang meliputi motivasi, sikap dan keinginan wisatawan.	Sosial Ekonomi	• Karakteristik Tingkah Laku
	Steck, et.al 1999; dalam Janianton Damanik dan Helmut F.Weber, 2006	Karakteristik umum wisatawan memiliki beragam motif, minat, ekspetasi, karakteristik sosial, ekonomi, budaya, dan sebagainya	• Karakteristik Tingkah Laku • Karakteristik Umum	• Karakteristik Umum

Sumber: Hasil Analisis, 2019

Dari sintesis literatur dan Variabel Terpilih untuk penelitian yang telah diuraikan diatas, berikut penjelasan masing-masing dari variabel terpilih pada penelitian dan pada Indikator berupa keterangan berisi ukuran/penjabaran dari setiap variabel terpilih yang dijadikan kriteria.

Tabel 2.2 Variabel Terpilih (Kriteria) dan Indikator Penelitian

No.	Sasaran	Variabel Terpilih(Kriteria)	Indikator
1.	Karakteristik <i>Urban Tourism</i>	Aspek Fisik	
		Elemen Primer	Adanya fasilitas budaya, fasilitas olahraga, fasilitas hiburan, karakteristik fisik, dan sosial budaya
		Elemen Sekunder	Adanya fasilitas dan layanan pendukung yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan selama kunjungan
		Elemen Tambahan	Adanya infrastruktur pariwisata yang memfasilitasi wisatawan.
2	Analisis Peran <i>Stakeholder</i> dalam pengembangan <i>urban tourism</i>	Pemerintah	Pemerintah daerah dalam pembangunan pariwisata bertugas membuat kebijakan dan perencanaan yang sistematis
		Penyedia Pelayanan jasa	Adanya keterlibatan peran dalam memfasilitasi dan mencakupi semua kebutuhan yang ada disuatu kawasan
		Masyarakat Lokal	sebagai pemilik dan pengelola dalam aktivitas pariwisata dan dapat menjadi bagian dari atraksi wisata untuk menarik wisatawan dengan cara mengenalkan kebudayaan
		Wisatawan	orang yang melakukan wisata, yaitu dengan mengunjungi suatu kawasan objek pariwisata dengan tujuan tertentu.
3	Persepsi Terhadap Revitalisasi		
3.1	Aspek Kegiatan Revitalisasi	Aspek Kegiatan Revitalisasi	
		Aspek Fisik	Adanya Aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan perbaikan kualitas lingkungan bersifat fisik bangunan

No.	Sasaran	Variabel Terpilih(Kriteria)	Indikator
		Fasilitas Sosial dan Budaya	Adanya aktivitas sosial budaya yang dapat dilihat pada interaksi warga hidup tetangga, pelaksanaan upacara keagamaan, dan lain-lain-lain yang mencakup kehidupan warga yang merupakan penunjang dari segi aspek fisik.
		Fasilitas Ekonomi	Adanya fasilitas aktivitas perdagangan dan jasa yang merupakan hasil dari revitalisasi secara fisik seperti adanya aktivitas perdagangan tradisional yang dikelola secara modern dengan manajemen pengelolaan yang modern.
3.2	Fungsi Kawasan Koridor Jalur pedestrian	Fungsi Kawasan Koridor	
		Kegiatan Ekonomi	Adanya aktivitas perdagangan dan jasa
		Kegiatan Bisnis	Adanya Kegiatan yang dilakukan oleh perorangan maupun organisasi yang melibatkan aktivitas produksi, penjualan, pembelian, maupun pertukaran barang/ jasa,
		Lingkungan yang khas dan Unik	Adanya ketertarikan atraksi yang khas, yang menjadi nilai tambah disuatu kawasan jalur pedestrian
		Aksesibilitas yang mudah dan nyaman	Adanya kemudahan yang disediakan untuk pengguna sarana untuk bergerak aman, nyaman, mudah dan tanpa hambatan
		Unsur dari bentuk Koridor	
		Kenyamanan	kenyamanan koridor dipengaruhi oleh kenyamanan lingkungan yang berupa perlindungan dari pengaruh alam, kenyamanan secara fisik yang berupa ketersediaan fasilitas penunjang, dan kenyamanan secara sosial dan psikologi yang berupa ruang bersosialisasi untuk pengguna.
		Relaksasi	Kondisi dengan menghadirkan unsur-unsur alam air dengan lokasi yang terpisah atau terhindar dari kebisingan dan hiruk pikuk kendaraan di sekelilingnya.
		Keterlibatan secara Pasif	Adanya Kegiatan pasif dapat dilakukan dengan cara duduk-duduk atau berdiri sambil melihat aktivitas yang terjadi di sekelilingnya atau melihat pemandangan lingkungan sekitar
		Keterlibatan Secara Aktif	Kegiatan yang dapat mawadahi aktivitas interaksi antar anggota masyarakat dengan baik.
		Inovasi	Adanya ruang koridor agar di dalamnya terjadi suatu aktivitas yang tidak monoton dengan memelihara keunikan aktivitas dan ciri khas yang terdapat pada koridor sesuai budaya setempat
3.3	Persepsi Masyarakat Lokal Terhadap	Masyarakat	
		Jenis Kelamin	Faktor ini untuk mengetahui faktor dari jenis kelamin yaitu antara pria dan wanita

No.	Sasaran	Variabel Terpilih(Kriteria)	Indikator
	Revitalisasi Kawasan Koridor Sudirman sebagai <i>urban tourism</i>	Umur	Faktor ini untuk mengetahui faktor persepsi dari kelompok umur
		Pendidikan	Pendidikan terakhir masyarakat
		Pekerjaan	Pekerjaan yang sedang sedang dilakukan dalam kegiatan sehari hari
3.4	Persepsi Pengunjung terhadap revitalisasi Kawasan Koridor Sudirman sebagai <i>urban tourism</i>	Wisatawan	
		Karakteristik Sosial Ekonomi	Umur, pendidikan dan tingkat pendapatan wisatawan
		Karakteristik Tingkah Laku	Motivasi perjalanan (Motivasi wisatawan dalam melakukan kegiatan pariwisata)
		Karakteristik Umum	Asal Wisatawan, minat wisatawan, ekspektasi wisatawan terhadap atraksi wisata (pandangan dan harapan wisatawan terhadap aktivitas dan atraksi wisata) dan motif wisatawan.

Sumber: Hasil Analisis,2019