



KOTA SURAKARTA

# LAPORAN AKHIR

## KAJIAN *WELLNESS TOURISM* DARI PERSPEKTIF SOSIAL BUDAYA



**BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN  
DAERAH KOTA SURAKARTA  
TAHUN 2023**



# DAFTAR ISI

## BAB I PENDAHULUAN

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| 1.1 Latar Belakang .....            | I-1 |
| 1.2 Referensi Hukum .....           | I-3 |
| 1.3 Maksud dan Tujuan .....         | I-4 |
| 1.4 Ruang Lingkup .....             | I-4 |
| 1.5 Sistematika Laporan Akhir ..... | I-5 |

## BAB II PENDEKATAN SAN METODOLOGI

|                      |       |
|----------------------|-------|
| 2.1 Pendekatan ..... | II-1  |
| 2.2 Metodologi ..... | II-13 |

## BAB III TINJAUAN REGULASI

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| 3.1 Undang-Undang .....    | III-1 |
| 3.2 Peraturan Menteri..... | III-2 |
| 3.3 Peraturan Daerah ..... | III-7 |

## BAB IV GAMBARAN UMUM PARIWISATA KOTA SURAKARTA

|                                                       |       |
|-------------------------------------------------------|-------|
| 4.1 Kondisi Eksisting Pariwisata Kota Surakarta ..... | IV-1  |
| 4.2 Perkembangan Pariwisata Kota Surakarta .....      | IV-9  |
| 4.3 Potensi Wisata Wellness .....                     | IV-12 |

## BAB V EKSPLORASI PERSEPSI WARGA SURAKARTA

|                               |      |
|-------------------------------|------|
| 5.1 Profil Responden .....    | V-1  |
| 5.2 Tanggapan Responden ..... | V-6  |
| 5.3 Pembahasan .....          | V-13 |

## BAB VI ROADMAP *WELLNESS TOURISM* KOTA SURAKARTA

|                                             |      |
|---------------------------------------------|------|
| 6.1 Strategi <i>Wellnes Toirsm</i> .....    | VI-1 |
| 6.2 <i>Action Plan Wellnes Toirsm</i> ..... | VI-6 |

## **BAB VII PENUTUP**

|                       |       |
|-----------------------|-------|
| 7.1 Kesimpulan .....  | VII-1 |
| 7.2 Rekomendasi ..... | VII-2 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Kota Surakarta dengan luas wilayah mencapai 46,72 Km<sup>2</sup> dikenal sebagai kota seni dan budaya yang banyak menghadirkan tempat-tempat bersejarah, berbagai kesenian dan budaya, tradisi, keagamaan dan berbagai kreasi kerajinan yang dipadukan dengan kegiatan pariwisata. Mengacu pada informasi yang disajikan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta, terdapat beberapa wisata bersejarah di Kota Surakarta yaitu Gedung Loji Gandrung dan Benteng Vastenburg. Di tempat-tempat tersebut kita dapat menelusuri sejarah yang pernah terjadi di Kota Surakarta. Selain itu Kota Surakarta juga menawarkan destinasi wisata lainnya. Destinasi wisata di Kota Surakarta lainnya, yaitu wisata kuliner, wisata kampung batik, wisata budaya, wisata alam, wisata religi, dan masih banyak lainnya.

Mengacu pada data yang dirilis solopos.com, sebanyak 1,5 juta orang wisatawan domestik maupun mancanegara dalam kurun waktu Januari-November 2021 berkunjung ke Kota Surakarta. Jumlah tersebut mengalami peningkatan ditahun 2022 mencapai 2,5 juta seperti yang dirilis oleh tempo.co.id. Perkembangan pariwisata di Kota Surakarta juga berdampak pada semakin berkembangnya berbagai akomodasi yang mendukung pada pariwisata itu sendiri, antara lain hotel atau penginapan. Berdasarkan data yang dirilis oleh BPS, di Kota Surakarta saat ini tersedia 57 unit hotel berbintang dan 107 unit hotel berbintang. Tingkat hunian hotel mencapai 32,75% untuk hotel bintang dan 25,74% untuk hotel non bintang. Sementara itu, rata-rata lama menginap bagi untuk tamu asing di hotel berbintang yaitu 2,20 hari, sedangkan di hotel non bintang 3,00 hari. Untuk tamu domestic, rata-rata menginap di hotel berbintang adalah 1.37 hari dan di hotel non bintang 1,04 hari.

Kegiatan pariwisata semakin ke sini semakin berkembang dan berusaha mengakomodasi kebutuhan masyarakat. Jenis wisata yang saat ini mulai berkembang adalah wisata kebugaran atau biasa disebut *wellness tourism*. Berkembangnya *wellness tourism* ini tidak terlepas dari banyak orang sudah menyadari pentingnya kesehatan spiritual. *Wellness Tourism* dilakukan oleh orang - orang sehat yang sangat peduli akan pola hidup mereka, yang melakukan perjalanan dengan tujuan mencari peningkatan kebugaran fisik, keseimbangan spiritual, dan pengalaman budaya dan relaksasi. Jenis wisata ini meliputi kegiatan untuk mempertahankan gaya hidup sehat, mengurangi stres, mencegah penyakit, dan meningkatkan kesejahteraan jiwa. Wisata kebugaran

berbeda dengan wisata medis. Pada wisata medis, orang datang berkunjung ke suatu daerah untuk melakukan pengobatan atau mendapatkan perawatan kesehatan khusus, misalnya teknologi yang lebih canggih atau rumah sakit/klinik dengan perawatan tertentu. Oleh karena itu, definisi wisata kebugaran ini mengusulkan konsep holistik yang luas yang meliputi fisik, psikologis, spiritual dan indra sosial, sementara mencakup berbagai pengalaman wisata kesehatan dan aktivitas dalam berbagai jenis fasilitas kesehatan yang ada.

Pada tahun 2022, Kemenparekraf menjadikan Kota Surakarta sebagai salah satu kota percontohan *wellness city* atau *wellness tourism* di Indonesia. Seperti yang dikutip dari <https://surakartadaily.com/>, peluncuran program tersebut dilakukan Wali Kota Surakarta, Gibran Rakabuming di Dalem Doyoatmojo Kota Surakarta. Peluncuran diselenggarakan bertepatan dengan pelaksanaan peresmian Indonesia Wellness Institute dan Inisiatif Pariwisata Wellness Indonesia, yang dilakukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, dihadiri Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Angela Tanoesoedibjo. Kota Surakarta telah dipilih bersama dengan dua kota lain yakni Yogyakarta dan Bali sebagai *pilot project* untuk *wellness tourism*. *Wellness tourism* itu sendiri merupakan wisata minat khusus yang bertujuan untuk menjaga kebugaran tubuh wisatawan.

Dilansir pada [surakarta.go.id](https://surakarta.go.id), Kota Surakarta memiliki fasilitas-fasilitas yang berhubungan dengan kategori wisata kebugaran (*wellness tourism*) terdiri dari Bengawan Sport Center, Bowling Solo, Kawasan Stadion Manahan, Boing Tennis Center, Gerai Griya Rempah, Royal Kedaton Spa, Ayun Wellness and Spa & Yoga Shala, Nakamura Holistic Therapy, Reina Herbal (Rumah Reina) Jamu Godhog Air Mancur, dan Jamu Akar Sari. Bengawan Sport Center menyediakan area berenang dan pusat kebugaran yang juga menyediakan area untuk olahraga lain seperti tenis, bulu tangkis, futsal, dan ruang fitness. Kawasan Stadion Manahan merupakan stadion serbaguna yang terbuka bagi siapa pun yang ingin berolahraga ataupun sekadar berkunjung.

Gerai Griya Rempah menyediakan berbagai macam produk kecantikan tradisional (organik) berupa sabun rempah, lulur dan scrub tubuh, serum serta masker wajah. Semua diolah dari bahan-bahan alami perpaduan buah, bunga, dan rempah yang khas. Selain itu, Griya Rempah juga menyediakan treatment wajah dan sudah pasti menggunakan rempah-rempah yang dapat membuat relaks, nyaman, dan pastinya wajah cerah alami.

Royal Kedaton Spa melayani *spa treatment* dan relaksasi khusus wanita. Menyuguhkan perawatan ala putri keraton dengan rempah yang khas dan alami. Jamu Akar Sari menjadi pusat mencari tanaman kering herbal yang digunakan sebagai campuran makanan atau minuman, seperti kayu pasak bumi,

cinamon, kulit delima, buah manjakani. Tak hanya jamu, tempat ini juga menyediakan produk herbal lainnya seperti minyak kelapa alami untuk rambut.

Pembangunan pariwisata tidak lagi hanya mementingkan kuantitas pengunjung, tetapi berorientasi pada kualitas berkelanjutan, yakni pengelolaan pariwisata yang tidak menimbulkan dampak buruk bagi lingkungan hidup manusia, tidak hanya untuk kepentingan sesaat, dan eksistensi destinasi wisata tersebut masih dirasakan hingga generasi berikutnya. Pembangunan berkelanjutan dapat dicapai jika kondisi dan situasinya terintegrasi mencakup berbagai aspek kehidupan manusia, yaitu sosial, ekonomi, politik, budaya, lingkungan, dan spiritual, yang berdasarkan kajian dari disiplin ilmu yang berbeda.

Semakin berkembangnya *wellness tourism* di Kota Surakarta juga pastinya akan berdampak pada kehidupan sosial masyarakat, terutama pada lingkungan dan para peaku yang menjadi obyek kegiatan *wellness tourism*. Untuk itu, perlu dikaji atau dilakukan penelitian mengenai berkembangnya *wellness tourism* dari Perspektif Sosial Budaya, agar wisata kebugaran ini tidak hanya sebatas pada pemenuhan kebutuhan saja, tetapi juga terintegrasi dengan kehidupan sosial dan budaya masyarakat Kota Surakarta.

## 1.2 REFERENSI HUKUM

Referensi Hukum yang digunakan dalam penyusunan Kajian *Wellness Tourism* dari Perspektif Sosial Budaya sebagai berikut :

1. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya;
3. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
4. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan;
5. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif;
6. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah;
7. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 65 Tahun 2018 tentang Tata Cara Penyusunan Pokok Pikiran Kebudayaan Daerah dan Strategi Kebudayaan;
8. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 10 Tahun 2013 tentang Pelestarian Cagar Budaya di Kota Surakarta;

9. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 13 Tahun 2016 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2016 -2026;
10. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 5 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Usaha Pariwisata;
11. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 04 Tahun 2018 tentang Pemajuan Warisan Budaya Tak Benda;
12. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 4 Tahun 2021 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta Tahun 2021-2041;
13. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 6 Tahun 2021 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2021-2026;
14. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 8 Tahun 2021 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah;
15. Peraturan Walikota Surakarta Nomor 41 Tahun 2021 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Badan Daerah.

### 1.3 MAKSUD DAN TUJUAN

Maksud pekerjaan Jasa Konsultan Perencana Kajian *Wellness Tourism* dari Perspektif Sosial Budaya adalah untuk mengetahui sejauh mana persepsi masyarakat dari sisi kehidupan sosial dan budaya terhadap pengembangan *Wellness Tourism* di Kota Surakarta. Adapun tujuan dari kajian *Wellness Tourism* dari Perspektif Sosial Budaya sebagai berikut:

1. Menganalisis penilaian (*judgement*) atau kesan (*impression*) masyarakat terhadap *Wellness Tourism*, sehingga dapat diketahui kemampuan adaptasi sosial masyarakat akan pengembangan *Wellness Tourism* di Kota Surakarta.
2. Menganalisis potensi, peluang dan permasalahan yang ada dimasyarakat dalam mendukung pengembangan *Wellness Tourism* di Kota Surakarta.
3. Merekomendasikan pengembangan *Wellness Tourism* di Kota Surakarta yang dapat dijadikan rujukan/pedoman bagi para pemangku kepentingan dalam pengambilan kebijakan penanganannya di Kota Surakarta.

### 1.4 RUANG LINGKUP

Ruang Lingkup Kajian *Wellness Tourism* dari Perspektif Sosial Budaya meliputi:

1. Melakukan identifikasi jenis-jenis wisata yang termasuk pada *Wellness Tourism* di Kota Surakarta.
2. Pengumpulan data untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan, perilaku dan sikap masyarakat terhadap pengembangan *Wellness Tourism* di Kota Surakarta.

3. Menganalisis penilaian (*judgement*) atau kesan (*impression*) masyarakat terhadap *Wellness Tourism*, sehingga dapat diketahui kemampuan adaptasi sosial masyarakat akan pengembangan *Wellness Tourism* di Kota Surakarta.
4. Menganalisis potensi, peluang dan permasalahan yang ada dimasyarakat dalam mendukung pengembangan *Wellness Tourism* di Kota Surakarta.
5. Menyusun *Policy Brief* pengembangan *Wellness Tourism* di Kota Surakarta.

## 1.5 SISTEMATIKA LAPORAN AKHIR

Laporan akhir penyusunan Kajian *Wellness Tourism* dari Perspektif Sosial Budaya sebagai berikut:

- BAB I Pendahuluan**, berisi tentang latar belakang, referensi hukum, maksud dan tujuan, ruang lingkup pekerjaan dan sistematika laporan pendahuluan.
- BAB II Pendekatan dan Metodologi**, berisi tentang, Pendekatan teoritis dan teknis, metode pelaksanaan pekerjaan, serta kerangka pikir kajian.
- BAB III Tinjauan Regulasi**, berisi tentang tinjauan Regulasi dari Undang-Undang, Peraturan Menteri dan Peraturan Daerah.
- BAB IV Gambaran Umum Pariwisata Kota Surakarta**, berisi tentang Kondisi eksisting pariwisata Surakarta, Perkembangan Pariwisata Kota Surakarta dan Potensi Wisata Wellness.
- BAB V Eksplorasi Persepsi Warga Solo**, berisi profil responden, tanggapan Responden, dan Pembahasan.
- BAB VI Roadmap**, berisi Strategi *Wellness Tourism*, *Action Plan Wellness Tourism*,
- BAB VII Penutup**, berisi Kesimpulan dan Rekomendasi

## BAB II

### PENDEKATAN DAN METODOLOGI

#### 2.1 PENDEKATAN

##### 2.1.1 Pendekatan Teori

###### 1. *Tourism* (Pariwisata)

World Tourism Organization (WTO) menunjukkan bahwa pariwisata sebagai segmen ekonomi penting berkembang pesat (Goodarzian, Abraham, & Fathollahi-Fard, 2021; Goodarzian, Abraham, Ghasemi, et al., 2021; UNWTO, 2017). Pariwisata memiliki efek signifikan pada perkembangan individu dan sosial serta nilai ekonomi laten dalam prospek pendapatan dan pengembangan pekerjaan (Griffin & Stacey, 2011). Pada hakikatnya pariwisata menurut Gamal (dalam Yoeti, 2016: 27) adalah suatu proses kepergian sementara dari seorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

Pengertian pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seorang di luar tempat tinggalnya karena suatu kebutuhan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan wisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha yang lainnya. Seorang atau kelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata sekurang-kurangnya 24 jam disebut dengan wisatawan. Apabila mereka tinggal di daerah atau tempat wisata yang dikunjungi dengan waktu kurang dari 24 jam disebut dengan pelancong.

Memasuki abad ke-21, perhatian pada sektor pariwisata semakin menguat, hal ini terjadi karena menyadari bahwa pariwisata dapat mendatangkan keuntungan dan manfaat bagi negara yang menerima kedatangan wisatawan (*tourist receiving countries*). Pemerintah berkeinginan mengembangkan sektor pariwisata sebagai suatu alternatif untuk mempercepat proses peningkatan kesempatan berusaha, kesempatan kerja, dan peningkatan pemerataan pendapatan masyarakat.

Pariwisata juga dikatakan sebagai katalisator dalam pembangunan, karena dampak yang diberikannya terhadap kehidupan perekonomian di negara yang dikunjungi wisatawan. Kedatangan wisatawan mancanegara pada suatu daerah tujuan wisata (DTW) telah memberikan kemakmuran dan kesejahteraan bagi penduduk setempat dimana pariwisata itu dikembangkan. Garis-garis Besar Haluan Negara (GBHN) tahun 1993 mengamanatkan bahwa pembangunan pariwisata adalah untuk meningkatkan status dan kedudukan pariwisata sehingga mampu menggiatkan perekonomian dan sektor-sektor lainnya yang terkait. Supaya semua berhasil dengan baik, maka dibutuhkan dukungan dari semua elemen untuk pembangunan pariwisata.

## 2. Kebijakan Kepariwisataan

Pemerintah Indonesia berkomitmen bahwa pembangunan Kepariwisataan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pembangunan strategis Nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai agama, budaya yang ada dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup serta kepentingan Nasional. Melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, Pemerintah Indonesia berupaya untuk memanfaatkan kekayaan yang dianugerahkan Tuhan Yang Maha Esa kepada bangsa Indonesia dengan memiliki letak geografis yang strategis, memiliki keanekaragaman alam, flora, fauna bahasa, suku bangsa, peninggalan sejarah, seni dan budaya. Atas modal tersebut Perlu upaya dalam pemanfaatan secara maksimal melalui penyelenggaraan Kepariwisataan yang dapat meningkatkan pendapatan Nasional, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan pekerjaan. Selain itu, pembangunan Kepariwisataan juga dapat mendorong pembangunan di Daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan daya tarik pariwisata serta Destinasi di Indonesia serta dapat memupuk cinta tanah air dan mempererat persaudaraan antarbangsa.

Adapun dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, beberapa istilah yang berkaitan dengan kepariwisataan sebagai berikut:

- a) **Wisata** adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- b) **Wisatawan** adalah orang yang melakukan wisata.

- c) **Pariwisata** adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
- d) **Kepariwisataan** adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.
- e) **Daya Tarik Wisata** adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
- f) **Daerah Tujuan Pariwisata** yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
- g) **Usaha Pariwisata** adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
- h) **Pengusaha Pariwisata** adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
- i) **Industri Pariwisata** adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
- j) **Kawasan Strategis Pariwisata** adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

Pembangunan Kepariwisataan ini bertujuan antara lain untuk 1) meningkatkan pertumbuhan ekonomi; 2) meningkatkan kesejahteraan rakyat; 3) menghapus kemiskinan; 4) mengatasi pengangguran; 5) melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya; 6) memajukan kebudayaan; 7) mengangkat citra bangsa; 8) memupuk rasa cinta tanah air; 9) memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan 10) mempererat persahabatan antar bangsa.

Beberapa Kewenangan yang diberikan kepada Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota dalam pembangunan Kepariwisataan antara lain 1) Menyusun dan menetapkan rencana induk pembangunan kepariwisataan Kabupaten/Kota; 2) menetapkan destinasi pariwisata Kabupaten/Kota; 3) menetapkan daya tarik wisata Kabupaten/Kota; 4) melaksanakan

pendaftaran, pencatatan, dan pendataan pendaftaran usaha pariwisata; 5) mengatur penyelenggaraan dan pengelolaan kepariwisataan di wilayahnya; 6) memfasilitasi dan melakukan promosi destinasi pariwisata dan produk pariwisata yang berada di wilayahnya; 7) memfasilitasi pengembangan daya tarik wisata baru; 8) menyelenggarakan pelatihan dan penelitian kepariwisataan dalam lingkup Kabupaten/Kota; 9) memelihara dan melestarikan daya tarik wisata yang berada di wilayahnya; 10) menyelenggarakan bimbingan masyarakat sadar wisata; dan 11) mengalokasikan anggaran kepariwisataan.

### 3. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Surakarta Tahun 2016-2026

Rencana induk Pembangunan Kepariwisata Kota Surakarta tahun 2016-2026, tertuang pada Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2016. Rencana induk Pembangunan Kepariwisata Daerah yang kemudian disebut dengan RIPPARDA adalah dokumen perencanaan pembangunan kepariwisataan Daerah untuk periode 10 tahun terhitung sejak tahun 2016-2026. Dalam perda tersebut Visi Pembangunan kepariwisataan Daerah adalah terwujudnya daerah sebagai destinasi pariwisata unggulan baik nasional maupun internasional dengan mengedepankan nilai-nilai budaya, kearifan lokal dan kreativitas masyarakat menuju masyarakat mandiri, maju dan sejahtera. Sedangkan Misi Pembangunan kepariwisataan Daerah adalah:

- a. mengembangkan Destinasi Pariwisata Daerah yang mempunyai keunikan lokal, kesejarahan, nilai-nilai budaya, aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, dan berwawasan lingkungan serta menjadi pusat pertumbuhan ekonomi, sosial budaya dan pemberdayaan masyarakat yang didukung pelestarian lingkungan dan cagar budaya;
- b. mengembangkan pemasaran pariwisata yang efektif, sinergis, dan bertanggungjawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara;
- c. mengembangkan industri pariwisata yang berdaya saing, menggerakkan kemitraan usaha termasuk usaha mikro, kecil dan menengah yang bertanggungjawab terhadap pelestarian lingkungan dan sosial budaya sebagai perwujudan Kota Budaya menuju masyarakat mandiri, maju dan sejahtera; dan
- d. mewujudkan organisasi pariwisata yang sinergis guna mendorong terwujudnya pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan.

Tujuan RIPPARDA adalah sebagai pedoman dan arahan dalam pembangunan kepariwisataan untuk: 1) peningkatan kesejahteraan masyarakat; 2) peningkatan pertumbuhan ekonomi daerah; 3) perluasan lapangan kerja; 4) pelestarian alam dan lingkungan; 5) pelestarian dan

pengembangan kebudayaan; 6) peningkatan citra daerah; 7) peningkatan rasa cinta tanah air; 8) penguatan kearifan lokal; dan 9) peningkatan persahabatan antar daerah dan antar bangsa. Sedangkan Sasaran Pembangunan Kepariwisata meliputi peningkatan: 1) jumlah kunjungan wisatawan mancanegara; 2) jumlah kunjungan wisatawan nusantara; 3) lama tinggal wisatawan mancanegara; 4) lama tinggal wisatawan nusantara; 5) jumlah penerimaan devisa dari wisatawan mancanegara; 6) jumlah pengeluaran wisatawan nusantara; dan 7) produk domestik regional bruto sub sektor hotel dan restoran.

#### 4. Konsep *Wellness Tourism*

*Wellness Tourism* adalah salah satu bagian terpenting dari pasar industri pariwisata dan berkembang pesat di seluruh dunia. *Wellness Tourism* ini bertujuan untuk memberikan fasilitas dan layanan medis berkualitas terbaik kepada wisatawan domestik dan asing, dan karenanya, memiliki kontribusi besar bagi perkembangan ekonomi negara-negara di seluruh dunia (Heung & Kucukusta, 2013; Sazvar et al., 2021). Saat ini, mayoritas masyarakat melakukan perjalanan dengan tujuan untuk melakukan kegiatan yang bermanfaat bagi kesehatan, kebugaran, atau kebugaran serta untuk mengurangi kecemasan dan stres. Kondisi tersebut menjadi salah satu fokus tren baru bagi penyedia pariwisata. Layanan kesehatan dan kesejahteraan khusus kini tersedia secara luas di sebagian besar pusat pariwisata dan SPA (Hritz et al., 2014). Fenomena ini sangat terkait dengan faktor sosial seperti penuaan masyarakat dan praktik kesehatan, kesejahteraan, dan perawatan kesehatan yang muncul (Nikitina & Vorontsova, 2015).

*Wellness tourism* dianggap sebagai mode perjalanan holistik yang mengintegrasikan kebutuhan akan kesehatan fisik, kecantikan, umur panjang, peningkatan kesadaran, kepekaan spiritual dan hubungan dengan masyarakat, lingkungan atau agama (Wang et al., 2020). Sasaran dari *Wellness tourism* adalah masyarakat pencari kesehatan yang meningkatkan kesehatan mereka sendiri (M. Smith & Kelly, 2006). *Wellness tourism* biasanya tertarik dengan lingkungan alam yang baik, budaya tertentu, komunitas tradisional atau layanan dan aktivitas kesehatan alternatif (Gonzales et al., 2001; Sayili et al., 2007; B. R. Smith, 2007). Tujuan utama *Wellness tourism* kebanyakan dilakukan di daerah pedesaan (Hjalager et al., 2016), hutan (Ohe et al., 2017), pegunungan (Pechlaner & Fischer, 2006), sumber mata air panas (Joppe, 2010), situs/tempat suci yang memberikan pemulihan spiritual (Devereux & Carnegie, 2006) dan ruang atau tempat yang menawarkan kegiatan kesehatan alternatif misalnya yoga, meditasi dan retreat spiritual (Kelly, 2010; Lehto et al., 2006; Voigt et al., 2011).

Menurut Mueller & Kaufmann (2001) *Wellness Tourism* is “the sum of all the relationships and phenomena resulting from the travel and residence of people whose main motive is to maintain or promote their health” atau semua bentuk hubungan dan fenomena yang dihasilkan dari perjalanan dan tempat tinggal orang-orang yang motif utamanya adalah untuk menjaga atau meningkatkan kesehatan mereka. *Wellness Tourism* adalah sasaran pasar yang berkembang secara global, memberikan peluang bisnis khusus melalui produk yang mempromosikan atau menjaga kesehatan (Kelly, 2010; Rodrigues et al., 2010). Jumlah wisatawan kesehatan internasional pada tahun 2010 adalah 17 juta, setara dengan 2% arus wisatawan internasional dan nilai bisnisnya diperkirakan mencapai 106 miliar US\$. Kondisi dinilai lebih banyak dua kali lipat dari volume perjalanan wisata medis (LLC, 2011). *Wellness Tourism* diperkirakan tumbuh sekitar 5–10% per tahun (Rodrigues et al., 2010), karena sejumlah faktor, termasuk populasi dunia yang menua, kesadaran publik yang meningkat atas masalah kesehatan, sistem medis konvensional menghadapi masalah pendanaan yang membuat orang beralih ke solusi sektor swasta yang tertanam dalam proses globalisasi (Voigt & Pforr, 2013) di mana perjalanan wisata internasional untuk perawatan medis memadukan pariwisata dan kesejahteraan dalam konsep kebugaran. Sementara kesehatan dan pariwisata bukanlah konsep baru dalam pariwisata, kedua tema tersebut memiliki sejarah panjang terkait dalam merangsang perkembangan pariwisata (Page et al., 2017), di mana kesejahteraan dan kesehatan pengunjung menjadi fokus utama pengembangan wisata SPA.

*Wellness Tourism* diklasifikasikan dalam segmen wisata kesehatan dan merupakan salah satu dari sepuluh sektor utama ekonomi kesehatan, yang mencakup industri yang memungkinkan orang untuk menggabungkan perilaku, aktivitas, dan kebiasaan gaya hidup mereka ke dalam kehidupan mereka (Shokri Garjan et al., 2023). Ada banyak peluang yang terkait dengan layanan, infrastruktur, dan fasilitas pariwisata kesehatan yang dapat membantu negara menonjol, menciptakan nilai lebih, dan menarik lebih banyak pendapatan dari wisatawan. Beberapa kegiatan yang disediakan di sektor wisata kesehatan adalah pemandian air panas, *body and mind care*, fitness, wisata alam dan budaya, SPA, dan wisata Spiritual. Kategori-kategori ini merupakan penawaran pariwisata untuk segmen pasar tertentu, tetapi juga dapat mewakili salah satu dari beberapa komponen dalam kombinasi layanan pariwisata (Dini & Pencarelli, 2021). Selain itu, wisatawan kesehatan memerlukan layanan transportasi, makanan, dan akomodasi, dan cenderung mencari tempat belanja atau hiburan.

## 5. Penelitian tentang Wellness Tourism

Goodarzi et al. (2016) menganalisis sumber wisata kesehatan di Iran dengan fokus wilayah Sarein Ardabil dengan menggunakan pendekatan eksploratif. Studi ini juga berusaha untuk mencapai dua tujuan: 1) Menguji fitur dan sumber daya penting untuk promosi wisata kesehatan di Iran dan kota Sarein dan 2) Perencanaan, pengembangan, dan pemasaran wisata kesehatan di Sarein. Metode analisis SWOT digunakan dan data dikumpulkan dari literatur dan melalui survei lokasi. Cristian-Constantin et al. (2015) mempelajari dan mengidentifikasi peran dan pentingnya wisata SPA dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi lokal Rumania. Basis data komprehensif dari semua SPA Rumania dan total ekonomi lokal dibuat dari tahun 2000 hingga 2012 untuk menilai dan menganalisis pertumbuhan tahunan perusahaan, jumlah karyawan, dan keuntungan dari bisnis spa.

E. Kim et al. (2017) meneliti dan mengidentifikasi hubungan antara motivasi, keterlibatan, dan loyalitas pada destinasi wisata kesehatan. Untuk melakukan ini, motivasi wisatawan dievaluasi melalui empat komponen, kemudian diajukan empat hipotesis, dua di antaranya terkait dengan hubungan antara motivasi dan keterlibatan, dan dua lainnya terkait dengan hubungan antara keterlibatan dan loyalitas terhadap destinasi. Untuk menguji hipotesis, analisis faktor verifikasi dua tahap dan pemodelan persamaan struktural telah digunakan. Tujuh atraksi kesehatan dan enam hotel dan pusat kesehatan dipertimbangkan dan data diperoleh dengan menggunakan wawancara acak dengan wisatawan. Page et al. (2017) mempelajari bidang *wellness tourism* sebagai poros utama pariwisata dan meninjau potensi *wellness tourism* untuk mengembangkan usaha kecil dan menciptakan peluang yang baik bagi pengusaha pariwisata untuk merevitalisasi resor pantai dan pekerjaan terkait. Survei kuantitatif dan wawancara kualitatif digunakan untuk menunjukkan kedalaman informasi dan analisis data.

Pramod & Nayak (2018) menguji pengalaman emosional wisatawan yang mengarah pada prediksi citra destinasi, kepuasan, dan niat perilaku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa emosi wisatawan berdampak positif pada keseluruhan visi dan kepuasan mereka, dan hal ini menyebabkan mereka mengunjungi kembali dan menggunakan layanan yoga lagi. Data yang digunakan untuk penelitian ini diperoleh dari wisatawan domestik. Hunt dan Harbor (2019) menyebutkan tiga poin utama dalam studi mereka: 1) Fitur unik/ciri khas *Adventure Wellness and Ecotourism* (AWE) yang memukau wisatawan; 2) Pengaruh wisata AWE terhadap sikap, pengetahuan, dan perilaku penggunanya; dan, 3) Fitur-fitur khusus dalam AWE *Tourism* yang dapat digunakan untuk menginspirasi perilaku pro-lingkungan dalam industri pariwisata.

Han et al. (2017) mengajukan sembilan hipotesis untuk menguji pembentukan loyalitas pelanggan terhadap kesehatan. Kemudian, mereka mengusulkan model konseptual loyalitas wisatawan internasional dengan mempertimbangkan kualitas, nilai kesehatan, kepuasan, keinginan, dan budaya di Thailand. Kuesioner dan metode non-probability sampling serta Confirmatory Factor Analysis (CFA) digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Dryglas & Salamaga (2018) mengidentifikasi tiga kelompok insentif tarik, yaitu pengobatan, pencegahan, dan wisata kesehatan. Mereka juga telah menggunakan pengelompokan faktor, untuk mengidentifikasi tiga segmen diferensiasi wisatawan ke dalam SPA Polandia, seperti pencari perawatan, perawatan pariwisata, dan pencari wisata kesehatan. Tujuan dari pekerjaan mereka adalah untuk mengkategorikan wisatawan yang mengunjungi SPA medis (tradisional) dan menyelidiki agen yang memotivasi mereka untuk menggunakan tempat-tempat tersebut. Data studi diperoleh melalui kuesioner yang dikelola sendiri dan dari wisatawan yang datang mengunjungi SPA. Metode analisis komponen utama digunakan untuk analisis.

Pan et al. (2019) menilai kawasan potensial wisata kesehatan di pegunungan dan membagi wisata kesehatan menjadi empat jenis: pelestarian kesehatan, olahraga dan peningkatan kesehatan, perawatan medis dan perawatan lansia, mereka menggunakan pendekatan gabungan ANP-Delphi. Hasilnya dibagi menjadi lima kelas kesesuaian. Sopha et al. (2019) mempelajari potensi wisata kesehatan dan kebugaran Malaysia dan Thailand. Dengan hati-hati memeriksa bagian mana dari pariwisata yang menjadi fokus masing-masing negara, mereka menemukan area kerja sama antara kedua negara sesuai dengan kesamaan poin mereka dalam industri pariwisata kesehatan dan kebugaran. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dimana data diperoleh melalui analisis dokumen. Charak (2019) menyelidiki peran SPA Himalaya sebagai resor wisata kesehatan dan mempromosikannya. Model dorongan dan tarikan (faktor pendorong seperti yoga, meditasi, dll. dan faktor penarik seperti keberadaan resor dan tujuan spa) dipertimbangkan. Mereka mencoba menemukan manfaat dari resor ini dan pengembangannya di tempat-tempat yang masih asli, dan pekerjaan yang dilakukan oleh pemerintah India untuk memperkenalkan negara tersebut sebagai merek wisata kesehatan.

Lövei-Kalmár et al. (2019) menilai hubungan antara kebiasaan mandi spa, faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan layanan, usia, dan ketergantungan non-motivasi. Tujuannya adalah untuk memahami perilaku pelanggan yang telah mengunjungi spa yang dipilih. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner random sampling di spa yang diteliti. Mereka juga menemukan bahwa mencari kata kunci terkait spa di situs web dan jejaring

sosial adalah sumber terpenting untuk mendapatkan informasi belanja. Koskinen (2019) meneliti sumbu penuaan pensiunan Finlandia dan orang tua yang menghabiskan akhir pekan di spa Estonia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui manfaat liburan spa dan dampaknya terhadap kehidupan narasumber. Data studi diperoleh dari wawancara tematik dan data biro perjalanan yang terkait dengan spa ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa liburan spa meningkatkan tingkat kesehatan dan semangat pensiunan.

Wang et al. (2020) mempelajari stigmatisasi pusat wisata kesehatan yang baru didirikan untuk perjalanan wisatawan penderita kanker dan penyakit kronis lainnya. Mereka menyelidiki dampak dari jenis pariwisata ini dari sudut pandang orang-orang di wilayah ini, dan menemukan hubungan kompleks antara wisatawan yang sehat dan orang tua rumah di tempat ini. Hasil praktis yang diperoleh dari penelitian ini adalah meningkatnya kesadaran masyarakat tentang wisata kesehatan. Alasan utama ketenaran ini adalah ketakutan masyarakat daerah terhadap kedatangan wisatawan dan kebutuhan untuk mengubah sikap masyarakat di daerah tersebut terhadap penyakit dan perawatan. Moghadam et al., (2021) menyajikan template pemasaran dalam wisata kesehatan yang menyelidiki dampak indeks medis dan budaya pada pasien asing. Komunitas Survei dipilih sebagai sampel acak dari semua karyawan universitas kedokteran di Iran yang aktif di bidang pariwisata kesehatan.

Anaya-aguilar et al. (2021) mempelajari tantangan spa di Andalusia dan solusi yang diajukan oleh para ahli. Tujuan dari makalah ini adalah untuk memahami struktur dan dimensi wisata spa. Metode Delphi digunakan untuk menilai status wisata spa. Data diperoleh dengan menggunakan 40 item kuesioner yang disiapkan oleh para ahli di bidang ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa spa dan kawasan alam merupakan stimulus wisata bagi kawasan ini. Szromek (2021) menganalisis hasil model bisnis perusahaan wisata spa yang mengedepankan prinsip pembangunan berkelanjutan dalam pariwisata. Model kanvas digunakan untuk menyelidiki struktur model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen model bisnis spa tidak memenuhi prinsip keberlanjutan. Tutberidze (2021) pariwisata kesehatan dan kebugaran yang didefinisikan, dan dengan menyatakan perbedaan mereka dan berbagai faktor yang mempengaruhi permintaan yang meningkat, mencari saran praktis untuk mengatur spa kesehatan.

Ringkasan penelitian terdahulu terkait dengan *wellness tourism* yang telah diuraikan di atas dirinci sebagai berikut.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Terkait *Wellness Tourism***

| Penelitian                      | Jenis penelitian |             | Tipe model |           | Pengumpulan data                               | Metodologi                                                                     | Lokus Penelitian  |
|---------------------------------|------------------|-------------|------------|-----------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
|                                 | Kualitatif       | Kuantitatif | Statistik  | Matematis |                                                |                                                                                |                   |
| Anaya-Aguilar dkk. (2021)       | ✓                |             | ✓          |           | Kuesioner Delphi                               | Tes Mann-Whitney <i>U</i>                                                      | Spanyol           |
| Tuberidze (2021)                | ✓                |             |            |           | Resor spa Georgia                              | Analisis tematik                                                               | Georgia           |
| Szromek (2021)                  | ✓                |             | ✓          |           | Wawancara mendalam                             | Tes Shapiro-Wilk                                                               | Polandia          |
| Wang dkk. (2020)                | ✓                |             | ✓          |           | Observasi dan wawancara                        | Analisis tematik                                                               | Cina              |
| Moghadam et al. (2021)          | ✓                |             | ✓          |           | Daftar pertanyaan                              | Analisis faktor                                                                | Iran              |
| Pan dkk. (2019)                 | ✓                |             | ✓          |           | Wawancara                                      | Metode Delphi/ANP/GIS &RS                                                      | Cina              |
| Sopa, dkk. (2019)               | ✓                |             | ✓          |           | Data dokumen                                   | Analisis tematik                                                               | Cina dan Thailand |
| Charak (2019)                   | ✓                |             |            |           | Resor/jurnal spa Himalaya, data kertas         | Tarik dan dorong kerangka                                                      | India             |
| Lövei-Kalmár dkk. (2019)        | ✓                |             | ✓          |           | Kuesioner sampel acak                          | <i>Uji Levine/ uji- t Welch / uji Taman dan LSD</i>                            | Hungaria          |
| Koskinen (2019)                 | ✓                |             |            |           | Wawancara tematik                              | Pengkodean berbasis teks                                                       | Estonia           |
| Chi dkk. (2020)                 | ✓                | ✓           | ✓          |           | Survei kertas/survei situs dan survei online   | Analisis faktor konfirmatori/per samaan struktural/ analisis faktor eksplorasi | –                 |
| Kaca Kering dan Salamaga (2018) | ✓                |             | ✓          |           | Daftar pertanyaan                              | Metode pengelompokan faktor/analisis komponen utama                            | Polandia          |
| Sharma dan Nayak (2018)         | ✓                |             | ✓          |           | Daftar pertanyaan                              | Analisis faktor konfirmasi/ pemodelan persamaan struktural                     | India             |
| Perburuan dan Pelabuhan (2019)  | ✓                |             | ✓          |           | Data Narasumber semi-terstruktur               | Analisis data                                                                  | Kosta Rika        |
| Han dkk. (2017)                 | ✓                |             | ✓          |           | Pengambilan sampel kenyamanan non-probabilitas | Analisis faktor konfirmatori/ pemodelan persamaan struktural                   | Thailand          |
| Halaman et al. (2017)           | ✓                |             | ✓          |           | Daftar pertanyaan                              | Analisis struktural                                                            | Inggris           |
| Kim                             | ✓                |             | ✓          |           | Daftar                                         | Analisis faktor                                                                | Taiwan            |

| Penelitian                        | Jenis penelitian |             | Tipe model |           | Pengumpulan data                   | Metodologi                                          | Lokus Penelitian |
|-----------------------------------|------------------|-------------|------------|-----------|------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------------|
|                                   | Kualitatif       | Kuantitatif | Statistik  | Matematis |                                    |                                                     |                  |
| dkk. (2017)                       |                  |             |            |           | pertanyaan                         | konfirmasi/<br>pemodelan<br>persamaan<br>struktural |                  |
| Goodarzi et al. (2016)            | ✓                |             |            |           | Tinjauan pustaka dan survei lokasi | analisis SWOT                                       | Iran             |
| Cristian-Constantin et al. (2015) | ✓                |             | ✓          |           | Basis data NACE                    | Analisis kuantitatif                                | Rumania          |

Dengan perkembangannya yang pesat, *wellness tourism* telah menarik perhatian para peneliti dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa penelitian membahas tentang penawaran pada *wellness tourism* yang berfokus pada karakteristik dan potensi, hambatan dan strategi pengembangan untuk industri pariwisata kesehatan seperti penelitian yang dilakukan oleh (Goodarzi et al., 2016; Heung & Kucukusta, 2013; Kucukusta & Heung, 2012; Lee & King, 2008; Supapol et al., 2007). Beberapa penelitian lainnya berfokus pada permintaan terhadap *wellness tourism* yang memberikan fokus pada karakteristik sosio-demografis dan perilaku (Hallab, 2006; Sayili et al., 2007; Williams et al., 1996), motivasi (Kelly, 2010; E. Kim et al., 2017; Lim et al., 2016), pengalaman wisatawan kesehatan (Luo et al., 2018) yang mempengaruhi faktor-faktor untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Thal & Hudson, 2019; Voigt et al., 2011) sekaligus memengaruhi pengambilan keputusan perjalanan wisatawan (Hudson et al., 2017; Lehto et al., 2006). Namun, literatur penelitian terdahulu masih memberikan perhatian terbatas pada pengaruh wisata kesehatan terhadap kompleksitas destinasi wisatanya (Willson et al., 2018).

### 2.1.2 Pendekatan Teknis

Trend gaya hidup sehat yang tengah digandrungi masyarakat ternyata juga berpengaruh terhadap dunia kepariwisataan. Hal ini tampak dari munculnya konsep *wellness tourism*, yaitu wisata yang bertujuan untuk mempertahankan atau meningkatkan personal *well-being* yang mengkolaborasikan aspek fisik, mental, spiritual, dan lingkungan sekaligus. Karenanya *wellness tourism* bukan sekedar kegiatan jalan-jalan untuk menikmati atraksi, berbelanja, atau mencicipi kuliner khas sebagaimana yang dikenal masyarakat selama ini.

Minat masyarakat terhadap *wellness tourism* ditengarai terus meningkat dari tahun ke tahun. Bahkan dalam beberapa tahun terakhir, segmen wisata ini telah menjadi salah satu kontributor terbesar dalam industri kepariwisataan. Hal ini didukung data dari Global Wellness Institute

bahwa, pada tahun 2019, nilai industri *wellness tourism* mencapai hingga \$ 4.9 Triliun dan memberikan kontribusi sebesar 5.1% terhadap perekonomian global.

Oleh sebab itu tidak mengherankan jika Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) memberikan perhatian yang serius terhadap perkembangan dan pertumbuhan *wellness tourism*. Dimana salah satunya dengan meresmikan *Indonesia Wellness Institute* dan Inisiatif Pariwisata *Wellness* Indonesia. Selain itu Kemenparekraf juga tengah mempersiapkan diri menyusun Rencana Aksi Nasional 2022-2026 sebagai acuan dan pedoman untuk mewujudkan pembangunan wisata kebugaran/kesehatan (*wellness tourism*).

Untuk merealisasi rencana-rencana di atas, Kemenparekraf menunjuk Surakarta, Yogyakarta, dan Bali menjadi proyek percontohan *wellness city* di Indonesia. Dimana kepercayaan itu kemudian disikapi secara positif oleh Pemerintah Kota Surakarta dengan meluncurkan slogan baru Kota Surakarta sebagai "*The City of Java Wellness*". Hal ini didasari dengan keyakinan bahwa Kota Surakarta memiliki kekayaan budaya dan sumberdaya yang memadai untuk mendukung perkembangan dan pertumbuhan jenis wisata tersebut.

Oleh sebab itu, sejalan dengan alasan di atas, Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah (Balitbangda) Kota Surakarta akan melaksanakan kegiatan "**Kajian Wellness Tourism Dari Perspektif Sosial dan Budaya**" ini. Tujuannya untuk mengetahui perkembangan *wellness tourism* dari perspektif sosial budaya, agar wisata ini tidak hanya sebatas pada pemenuhan kebutuhan saja, tetapi juga terintegrasi dengan kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Ada dua pendekatan yang akan digunakan untuk menyelesaikan pekerjaan ini, yaitu:

### **1. Pendekatan Gabungan Teoritik-Legalitas-Empiris**

Kajian ini menggunakan pendekatan yang menggabungkan antara pendekatan teoritik, pendekatan legalitas, dan pendekatan empiris untuk memperoleh penyelesaian yang terbaik/paling optimal. Apabila dalam pendekatan teoritik lebih banyak memandang persoalan yang hendak diselesaikan dengan sudut pandang teori, sebaliknya dalam pendekatan empiris lebih banyak melihat dari sudut pandang kejadian empiris yang terjadi di realitas yang harus diselesaikan. Pendekatan legalitas lebih melihat pada sudut pandang aspek legal/normatif pada penyelesaian setiap persoalan yang hendak dipecahkan.

### **2. Pendekatan Gabungan Kualitatif-Kuantitatif**

Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang lebih mementingkan aspek kedetailan informasi pada suatu fenomena daripada distribusi

kejadian pada suatu populasi. Pendekatan ini lebih melihat pentingnya informasi yang dapat menggambarkan aspek kualitas yang terjadi pada fenomena yang dipelajari dan dipecahkan, daripada frekuensi kejadian. Sedangkan pendekatan kuantitatif dalam menggambarkan dan memecahkan fenomena, lebih memandang pada frekuensi/distribusi kejadian dalam suatu populasi untuk dapat mewakili kejadian dalam populasi.

## 2.2 METODOLOGI

### 2.2.1 Pengertian

Kegiatan "**Kajian Wellness Tourism Dari Perspektif Sosial dan Budaya**" merupakan kegiatan untuk

1. Menganalisis penilaian (*judgement*) atau kesan (*impression*) masyarakat terhadap *wellness tourism*, sehingga dapat diketahui kemampuan adaptasi sosial masyarakat akan pengembangan *wellness tourism* di Kota Surakarta.
2. Menganalisis potensi, peluang dan permasalahan yang ada dimasyarakat dalam mendukung pengembangan *wellness tourism* di Kota Surakarta.
3. Merekomendasikan pengembangan *wellness tourism* di Kota Surakarta yang dapat dijadikan rujukan/pedoman bagi para pemangku kepentingan dalam pengambilan kebijakan penanganannya di Kota Surakarta.

Oleh sebab itu, untuk mewujudkan target di atas, ada beberapa aktivitas yang akan dilaksanakan dalam pekerjaan ini, yaitu:

1. Mengidentifikasi kondisi eksisting *wellness tourism* di Kota Surakarta.
2. Menyusun hasil pemetaan dan analisis *wellness tourism* dari perspektif sosial budaya di Kota Surakarta.
3. Merumuskan *wellness tourism* dari perspektif sosial budaya di Kota Surakarta.
4. Merumuskan strategi dan rencana aksi *wellness tourism* dari perspektif sosial budaya di Kota Surakarta.

### 2.2.2 Obyek Dan Lokasi Kajian

Fokus pelaksanaan perkerjaan "**Kajian Wellness Tourism Dari Perspektif Sosial dan Budaya**" adalah untuk mengetahui perkembangan *wellness tourism* dari perspektif sosial budaya, agar wisata ini tidak hanya

sebatas pada pemenuhan kebutuhan saja, tetapi juga terintegrasi dengan kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Oleh sebab itu lokasi kajian sepenuhnya akan dilaksanakan di Kota Surakarta.

**Tabel 2.2 Jenis Data**

| No | Jenis Data                                                          | Keterangan |
|----|---------------------------------------------------------------------|------------|
| 1. | Penilaian dan sikap masyarakat.                                     | •          |
| 2. | Jenis, jumlah, dan lokasi obyek <i>wellness tourism</i> .           | •          |
| 3. | Kekuatan, kelemahan, peluang, dan peluang <i>wellness tourism</i> . | •          |

Sumber: Data primer diolah, 2023.

### 2.2.3 Tahapan Kegiatan

Penyusunan tahapan kegiatan dilakukan berdasarkan KAK pekerjaan "**Kajian Wellness Tourism Dari Perspektif Sosial dan Budaya**", agar dalam melaksanakan semua pekerjaan dapat berjalan sesuai dengan target yang tertuang dalam KAK. Oleh sebab itu tahapan kegiatan ini disusun dengan menggunakan pencapaian target sebagai acuan.

**Tabel 2.3 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

| 1. | Mengidentifikasi peraturan perundang-undangan bidang kepariwisataan. | Melakukan identifikasi untuk mengumpulkan dan mengetahui peraturan perundang-undangan yang terkait dengan bidang kepariwisataan, dalam bentuk: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Undang-undang (UU).</li> <li>• Peraturan Pemerintah (PP).</li> <li>• Peraturan Presiden (Perpres).</li> <li>• Peraturan Menteri (Permen).</li> <li>• Peraturan Daerah (Perda).</li> <li>• Peraturan Bupati (Perbup).</li> </ul> | Studi Dokumentasi.                                                                                        | Peraturan perundang-undang bidang kepariwisataan. |
|----|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 2. | Mengembangkan instrumen survei persepsi dan sikap masyarakat.        | Melakukan pengembangan instrumen yang akan digunakan untuk survei untuk mengetahui persepsi dan sikap masyarakat terhadap pengembangan <i>wellness tourism</i> di Kota Surakarta.                                                                                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Studi Dokumentasi.</li> <li>• Analisis Deduksi Nalar.</li> </ul> | Kuesioner survei persepsi dan sikap masyarakat.   |
| 3. | Mengumpulkan data kepariwisataan                                     | Melakukan pengumpulan data kepariwisataan di Kota Surakarta, , khususnya:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Studi Dokumentasi.                                                                                        | Data kepariwisataan Kota Surakarta.               |

|     | Kota Surakarta.                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenis, jumlah, dan lokasi obyek wisata.</li> <li>• Jenis dan jumlah wisatawan.</li> <li>• Jenis dan jumlah fasilitas pariwisata.</li> <li>• Dsb.</li> </ul>                                                                             |                         |                                                                                         |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 4.  | Mengidentifikasi data kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan <i>wellness tourism</i> . | Melakukan indentifikasi untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, tantangan dari rencana pengembangan <i>wellness tourism</i> di Kota Surakarta.                                                                                                                            | Studi Dokumentasi.      | Data kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan <i>wellness tourism</i> .              |
| 5.  | Mensurvei persepsi dan sikap masyarakat.                                                    | Melakukan survei lapangan untuk mengetahui persepsi dan sikap masyarakat terhadap pengembangan <i>wellness tourism</i> di Kota Surakarta.                                                                                                                                        | Survei Lapangan.        | Hasil survei terhadap persepsi dan sikap masyarakat.                                    |
| 6.  | Mereview peraturan perundang-undangan bidang kepariwisataan.                                | Melakukan review terhadap seluruh peraturan perundang-undangan yang terkait dengan kepariwisataan., baik yang berupa UU, PP, Perpres, Permen, Perda, maupun Perwali.                                                                                                             | Analisis Deduksi Nalar. | Hasil review terhadap peraturan perundang-undangan bidang kepariwisataan.               |
| 7.  | Mereview data kepariwisataan Kota Surakarta.                                                | Melakukan review terhadap data kepariwisataan di Kota Surakarta, khususnya: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenis, jumlah, dan lokasi obyek wisata.</li> <li>• Jenis dan jumlah wisatawan.</li> <li>• Jenis dan jumlah fasilitas pariwisata.</li> <li>• Dsb.</li> </ul> | Analisis Deduksi Nalar. | Hasil review terhadap data kepariwisataan Kota Surakarta.                               |
| 8.  | Mereview data hasil survei lapangan persepsi dan sikap masyarakat.                          | Melakukan review terhadap data hasil survei lapangan yang dilakukan untuk mengetahui dan memetakan persepsi dan sikap masyarakat Kota Surakarta terhadap pengembangan <i>wellness tourism</i> .                                                                                  | Analisis Deduksi Nalar. | Hasil review terhadap data lapangan persepsi dan sikap masyarakat..                     |
| 9.  | Mereview data kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan <i>wellness tourism</i> .         | Melakukan review terhadap data yang terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang, tantangan dari rencana pengembangan <i>wellness tourism</i> di Kota Surakarta.                                                                                                                  | Analisis Deduksi Nalar. | Hasil review data kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan <i>wellness tourism</i> . |
| 10. | Menganalisis data                                                                           | Melakukan analisis terhadap                                                                                                                                                                                                                                                      | Analisis Deduksi        | Hasil analisis                                                                          |

|     | kepariwisataan Kota Surakarta.                                                          | data kepariwisataan di Kota Surakarta, khususnya: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenis, jumlah, dan lokasi obyek wisata.</li> <li>• Jenis dan jumlah wisatawan.</li> <li>• Jenis dan jumlah fasilitas pariwisata.</li> </ul> Dsb. | Nalar.                  | terhadap data kepariwisataan Kota Surakarta.                                              |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 11. | Menganalisis data hasil survei lapangan persepsi dan sikap masyarakat.                  | Melakukan analisis terhadap data hasil survei lapangan yang dilakukan untuk mengetahui dan memetakan persepsi dan sikap masyarakat Kota Surakarta terhadap pengembangan <i>wellness tourism</i> .                                           | Analisis Deduksi Nalar. | Hasil analisis terhadap data lapangan persepsi dan sikap masyarakat..                     |
| 12. | Menganalisis data kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan <i>wellness tourism</i> . | Melakukan analisis terhadap data yang terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang, tantangan dari rencana pengembangan <i>wellness tourism</i> di Kota Surakarta.                                                                           | Analisis SWOT/TOWS.     | Hasil analisis data kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan <i>wellness tourism</i> . |
| 13. | Mengidentifikasi variabel kunci keberhasilan <i>wellness tourism</i> .                  | Melakukan identifikasi untuk mengetahui variabel kunci keberhasilan pengembangan <i>wellness tourism</i> di Kota Surakarta.                                                                                                                 | Analisis Deduksi Nalar. | Variabel kunci keberhasilan <i>wellness tourism</i> .                                     |
| 14. | Menyusun strategi pengembangan <i>wellness tourism</i> .                                | Melakukan penyusunan strategi pengembangan <i>wellness tourism</i> di Kota Surakarta.                                                                                                                                                       | Analisis Deduksi Nalar. | Strategi pengembangan <i>wellness tourism</i> .                                           |
| 15. | Menyusun rencana aksi pengembangan <i>wellness tourism</i> .                            | Melakukan penyusunan rencana aksi pengembangan <i>wellness tourism</i> di Kota Surakarta.                                                                                                                                                   | Analisis Deduksi Nalar. | Rencana aksi pengembangan <i>wellness tourism</i> .                                       |
| 16. | Menyusun rekomendasi pengembangan <i>wellness tourism</i> .                             | Melakukan penyusunan rekomendasi pengembangan <i>wellness tourism</i> di Kota Surakarta.                                                                                                                                                    | Analisis Deduksi Nalar. | Rekomendasi pengembangan <i>wellness tourism</i> .                                        |
| 17. | Menyusun laporan "Kajian Wellness Tourism Dari Perspektif Sosial dan Budaya".           | Melakukan penyusunan laporan "Kajian Wellness Tourism Dari Perspektif Sosial dan Budaya".                                                                                                                                                   | Analisis Deduksi Nalar. | Laporan "Kajian Wellness Tourism Dari Perspektif Sosial dan Budaya".                      |
| 18. | Membahas laporan "Kajian Wellness Tourism Dari Perspektif Sosial dan                    | Melakukan pembahasan laporan "Kajian Wellness Tourism Dari Perspektif Sosial dan Budaya".                                                                                                                                                   | Analisis Deduksi Nalar. | Hasil pembahasan laporan "Kajian Wellness Tourism Dari Perspektif                         |

|  |          |  |  |                     |
|--|----------|--|--|---------------------|
|  |          |  |  |                     |
|  | Budaya". |  |  | Sosial dan Budaya". |

Sumber: Data primer diolah, 2023.

#### 2.2.4 Metode Pengumpulan Data

Didalam pelaksanaan pekerjaan ini pengumpulan data digunakan beberapa cara, yaitu:

##### 1. Dokumentasi

Metode dokumentasi diartikan sebagai suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan, baik itu berupa catatan transkrip, buku, surat kabar, dan lain sebagainya.

##### 2. Observasi

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap suatu obyek dalam suatu periode tertentu dan mengadakan pencatatan secara sistematis tentang hal-hal tertentu yang diamati. Banyaknya periode observasi yang perlu dilakukan dan panjangnya waktu pada setiap periode observasi tergantung kepada jenis data yang dikumpulkan. Apabila observasi itu akan dilakukan pada sejumlah orang, dan hasil observasi itu akan digunakan untuk mengadakan perbandingan antar orang-orang tersebut, maka hendaknya observasi terhadap masing-masing orang dilakukan dalam situasi yang relatif sama.

##### 3. Indepth Interview

Wawancara mendalam (*indepth interview*) adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara mendalam merupakan alat mengecek ulang atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya dan juga merupakan teknik komunikasi langsung antara peneliti dan sampel. Keunggulannya ialah memungkinkan peneliti mendapatkan jumlah data yang banyak, sebaliknya kelemahan ialah karena wawancara melibatkan aspek emosi, maka kerjasama yang baik antara pewawancara dan yang diwawancari sangat diperlukan.

#### 4. Focus Group Discussion (FGD)

FGD adalah diskusi terfokus dari suatu group untuk membahas suatu masalah tertentu, dalam suasana informal dan santai. Berbeda dengan riset kuantitatif yang metodologinya memiliki sifat pasti (*exact*), metode FGD yang bersifat kualitatif memiliki sifat tidak pasti, berupa eksploratori atau pendalaman terhadap suatu masalah dan tidak dapat digeneralisasi. FGD juga dapat didefinisikan sebagai teknik pengumpulan data yang umumnya dilakukan pada penelitian kualitatif dengan tujuan menemukan makna sebuah tema menurut pemahaman sebuah kelompok. Teknik ini digunakan untuk mengungkap pemaknaan dari suatu kelompok berdasarkan hasil diskusi yang terpusat pada suatu permasalahan tertentu. FGD juga dimaksudkan untuk menghindari pemaknaan yang salah dari seorang peneliti terhadap fokus masalah yang sedang diteliti.

FGD membutuhkan seorang moderator yang berperan sebagai fasilitator dalam diskusi. Moderator dalam FGD dilengkapi dengan *moderator guideline*, yang merupakan dokumen yang berisi panduan bagi moderator mengenai topik FGD. Manfaat dari FGD adalah FGD dapat fokus terhadap penelitian dan mengembangkan hipotesis penelitian yang relevan dengan mengeksplorasi secara lebih mendalam masalah untuk diselidiki dan kemungkinan penyebabnya, dapat merumuskan pertanyaan yang tepat untuk lebih terstruktur, menyurvei skala yang lebih besar, dan sebagainya.

#### 5. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang lebih efisien bila peneliti telah mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Selain itu kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Berdasarkan bentuk pertanyaannya, kuesioner dapat dikategorikan dalam dua jenis, yakni kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka adalah kuesioner yang memberikan kebebasan kepada objek penelitian untuk menjawab. Sementara itu, kuesioner tertutup adalah kuesioner yang telah menyediakan pilihan jawaban untuk dipilih oleh objek penelitian. Seiring dengan perkembangan, beberapa penelitian saat ini juga menerapkan metode kuesioner yang memiliki bentuk semi terbuka. Dalam bentuk ini, pilihan jawaban telah diberikan oleh peneliti, namun objek penelitian

tetap diberi kesempatan untuk menjawab sesuai dengan kemauan mereka.

## **2.2.5 Pengolahan Data**

### **1. Analisis Komparatif**

Analisis komparatif adalah analisis yang bersifat membandingkan. Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu. Pada penelitian ini variabelnya masih mandiri tetapi untuk sampel yang lebih dari satu atau dalam waktu yang berbeda.

Menurut Nazir (2005), analisis komparatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu.

### **2. Analisis Deduksi Nalar**

Metode berpikir deduktif adalah metode berpikir yang menerapkan hal-hal yang umum terlebih dahulu untuk seterusnya dihubungkan dalam bagian-bagiannya yang khusus atau dari pernyataan yang bersifat umum ditarik kesimpulan yang bersifat khusus. Penarikan kesimpulan secara deduktif biasanya mempergunakan pola berpikir yang dinamakan silogismus. Silogismus disusun dari dua buah pernyataan dan sebuah kesimpulan.

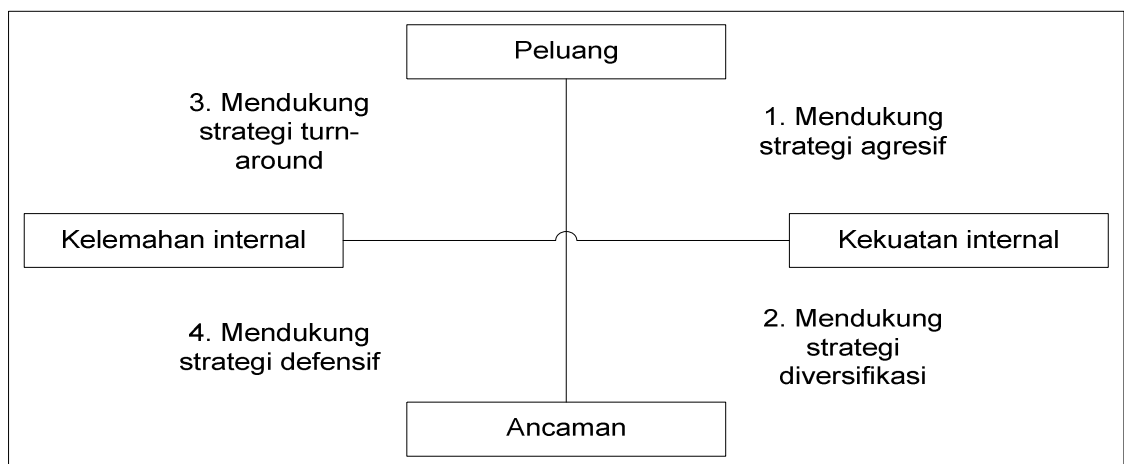
### **3. Analisis Kuantitatif**

Analisis data kuantitatif adalah metode yang bergantung kepada kemampuan untuk menghitung data secara akurat. Selain itu, metode ini juga memerlukan kemampuan untuk menginterpretasikan data yang kompleks. Beberapa contoh metode analisis kuantitatif, seperti analisis deskriptif, regresi, dan faktor. Metode analisis data kuantitatif mempunyai berbagai macam jenis analisis seperti teknik korelasional, regresi, komparasi, deskriptif dan sejenisnya.

Metode ini merupakan pendekatan pengolahan data melalui metode statistik atau matematik yang terkumpul dari data sekunder. Kelebihan dari metode ini adalah kesimpulan yang lebih terukur dan komprehensif. Metode metode lainnya yang dapat digunakan dalam proses analisis data adalah analisis teks, statistical, diagnosa, prediktif, preskriptif.

#### 4. SWOT Analysis

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*). Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut. Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.



**Gambar 1:** Diagram SWOT

**Kuadran 1:** Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan dari sebuah wilayah/organisasi, karena pada situasi ini wilayah/organisasi memiliki peluang dan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

**Kuadran 2:** Meskipun menghadapi berbagai ancaman, wilayah/organisasi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang.

**Kuadran 3:** Wilayah/organisasi menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi dilain pihak sebuah wilayah/organisasi menghadapi berbagai kendala/kelemahan internal. Pada kondisi ini fokus strategi adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang yang lebih baik.

**Kuadran 4:** Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, dimana sebuah wilayah/organisasi menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan.

Pada dasarnya analisis TOWS merupakan pengembangan atau lanjutan dari skema analisis SWOT. Tetapi pada skema TOWS lebih menetengahkan komponen-komponen eksternal ancaman dan peluang sebagai basis untuk melihat sejauh mana kapabilitas potensi internal yang sesuai dan cocok dengan faktor-faktor eksternal tersebut.

**Tabel 2.4 Matriks Analisis TOWS**

|           |               | Internal                                                     |                                                                  |
|-----------|---------------|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
|           |               | Strengths                                                    | Weaknesses                                                       |
| Eksternal | Opportunities | Strategi SO: Menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | Strategi WO: Menanggulangi kelemahan dengan memanfaatkan peluang |
|           | Threats       | Strategi ST: Menggunakan potensi untuk mengatasi ancaman     | Strategi WT: Memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman       |

Sumber: Data sekunder diolah, 2023.

Berdasarkan matriks tersebut, maka dapat dilihat beberapa rencana strategis yang dapat dilakukan, yaitu:

**Strategi SO (Strengths-Opportunities):** Strategi SO dipakai untuk menarik keuntungan dari peluang yang tersedia dalam lingkungan eksternal. Dengan kata lain, penyelenggaraan dan pengelolaan pengembangan harus mampu meraih semua peluang berdasarkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki, bukan sekedar karena adanya peluang tersebut.

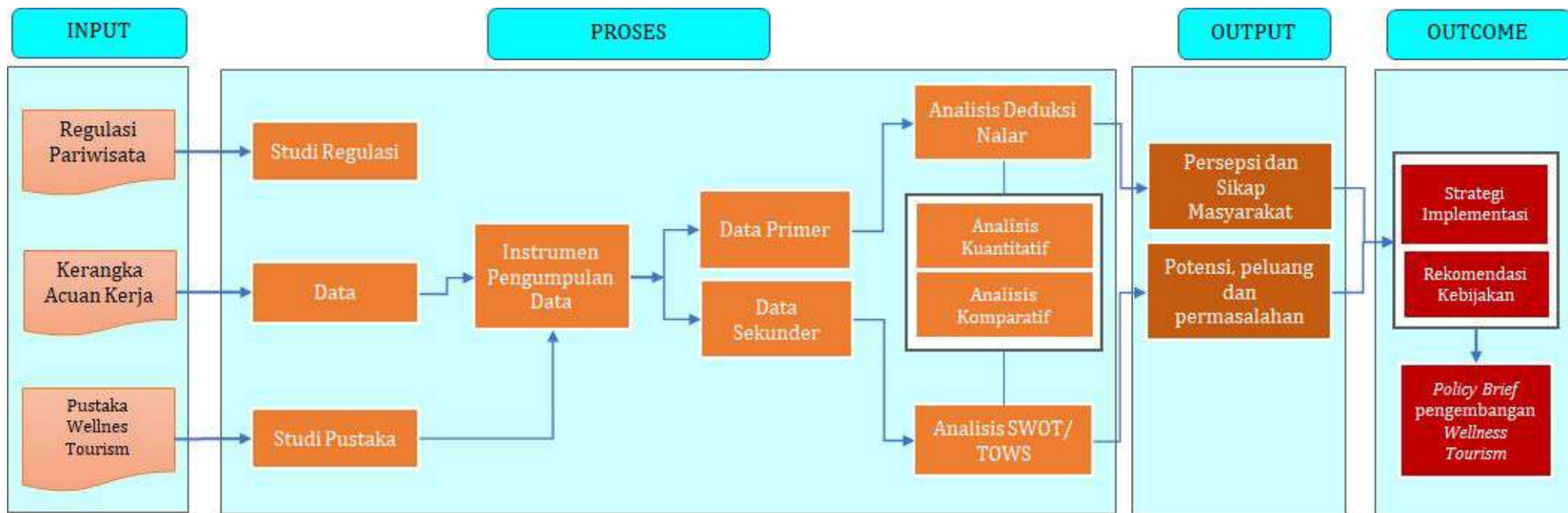
**Strategi WO (Weaknesses-Opportunities)**: Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang dari lingkungan yang terdapat dari luar. Setiap peluang yang tidak dapat dipenuhi karena adanya kekurangan yang dimiliki, harus dicari jalan keluarnya dengan memanfaatkan kekuatan-kekuatan lainnya yang tersedia di lingkungan sekitarnya.

**Strategi ST (Strengths-Threats)**: Strategi ST digunakan untuk menghindari, paling tidak memperkecil dampak negatif dari ancaman atau tantangan yang akan datang dari luar. Jika ancaman tersebut tidak bisa diatasi dengan kekuatan internal dan menghindari ancaman eksternal yang ada, maka perlu dicari jalan keluarnya, agar ancaman tersebut tidak akan memberikan dampak negatif yang terlalu besar.

**Strategi WT (Weaknesses-Threats)**: Strategi WT adalah taktik mempertahankan kondisi pengembangan yang diusahakan dengan memperkecil kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Dengan kata lain, jika sekiranya ancaman yang akan datang lebih kuat dari pengembangan, maka hal yang perlu dilakukan misalnya adalah dengan menghentikan sementara usaha ekspansi pengembangan, dengan menunggu ancaman eksternal yang datang menjadi hilang atau reda.

#### **2.2.6 Kerangka Pikir Pekerjaan**

Berdasarkan uraian dan penjelasan di bagian-bagian sebelum akan disusun kerangka pikir pekerjaan yang merupakan visualisasi seluruh aspek dalam pendekatan dan metodologi yang digunakan untuk menyelesaikan pekerjaan ini. Selanjutnya kerangka pikir kegiatan “Kajian Wellness Tourism Dari Perspektif Sosial dan Budaya” dapat disajikan dalam gambar di bawah ini.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir Pekerjaan “Kajian Wellness Tourism Dari Perspektif Sosial dan Budaya”

## BAB III

### TINJAUAN REGULASI

#### 3.1 UNDANG-UNDANG

##### A. UNDANG-UNDANG NOMOR 10 TAHUN 2009 TENTANG KEPARIWISATAAN

**Pasal 3**                      Kepariwisata berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

**Pasal 4**                      Kepariwisata bertujuan untuk:

- a. meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
- b. meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- c. menghapus kemiskinan;
- d. mengatasi pengangguran;
- e. melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
- f. memajukan kebudayaan;
- g. mengangkat citra bangsa;
- h. memupukrasacintatanahair;
- i. memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan
- j. mempererat persahabatan antarbangsa.

**Pasal 7**                      Pembangunan kepariwisataan meliputi:

- a. industri pariwisata;
- b. destinasi pariwisata;
- c. pemasaran; dan
- d. kelembagaan kepariwisataan.

**Pasal 9**                      (1) Rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

(2) Rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) diatur dengan Peraturan Daerah provinsi.

- (3) Rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) diatur dengan Peraturan Daerah kabupaten/kota.
- (4) Penyusunan rencana induk pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) dilakukan dengan melibatkan pemangku kepentingan.
- (5) Rencana induk pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) meliputi perencanaan pembangunan industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran, dan kelembagaan kepariwisataan.

## **3.2 PERATURAN MENTERI**

### **A. PERATURAN MENTERI KESEHATAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR 76 TAHUN 2015 TENTANG PELAYANAN WISATA MEDIS**

**Pasal 1** 1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

2. Wisata Medis adalah perjalanan ke luar kota atau dari luar negeri untuk memperoleh pemeriksaan, tindakan medis, dan/atau pemeriksaan kesehatan lainnya di rumah sakit.

**Pasal 3** (1) Pelayanan Wisata Medis dilaksanakan untuk wisatawan lokal dan/atau mancanegara secara terpadu dan paripurna.

(2) Pelayanan Wisata Medis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diintegrasikan dengan kegiatan wisata lain.

**Pasal 4** Pelayanan Wisata Medis mencakup pelayanan:

- a. prarumah sakit;
- b. selama di rumah sakit; dan
- c. pascarumah sakit.

**B. PERATURAN MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/KEPALA BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF NOMOR 12 TAHUN 2020 TENTANG RENCANA STRATEGIS KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF TAHUN 2020-2024**

Visi Kemenparekraf/Baparekraf ini mengandung 4 (empat) kata kunci utama, yaitu:

1. Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang maju;
2. Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang berdaya saing;
3. Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang berkelanjutan; dan
4. Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang mengedepankan kearifan lokal.

Misi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif adalah “Memperkokoh Struktur Ekonomi Nasional yang Produktif, Mandiri dan Berdaya Saing Melalui Optimasi Pengelolaan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif”.

**C. PERATURAN MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/KEPALA BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF NOMOR 4 TAHUN 2021 TENTANG STANDAR KEGIATAN USAHA PADA PENYELENGGARAAN PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO SEKTOR PARIWISATA**

Peraturan ini menetapkan standar kegiatan usaha pada penyelenggaraan perizinan berusaha berbasis risiko sektor pariwisata sebagaimana tercantum dalam Lampiran yang merupakan bagian tidak terpisahkan dari Peraturan Menteri ini, yaitu:

1. Standar usaha angkutan darat wisata berisiko menengah rendah.
2. Standar usaha angkutan jalan rel wisata berisiko menengah tinggi.
3. Standar usaha angkutan laut untuk wisata berisiko menengah tinggi.
4. Standar usaha angkutan sungai dan danau untuk wisata dan yang berhubungan dengan itu (YBDI) berisiko menengah tinggi.
5. Standar Usaha Hotel Berisiko Menengah Rendah, Menengah Tinggi, dan Tinggi.
6. Standar Usaha Vila Berisiko Menengah Rendah dan Menengah Tinggi.

7. Standar Usaha Apartemen Hotel Berisiko Rendah, Menengah Rendah, Menengah Tinggi, dan Tinggi.
8. Standar Usaha Jasa Manajemen Hotel Berisiko Menengah Rendah.
9. Standar Usaha Restoran Berisiko Rendah, Menengah Rendah, Menengah Tinggi, dan Tinggi.
10. Standar Usaha Jasa Boga Berisiko Menengah Tinggi.
11. Standar Usaha Bar Berisiko Menengah Tinggi.
12. Standar Usaha Kelab Malam Atau Diskotik Yang Utamanya Menyediakan Minuman Berisiko Menengah Tinggi.
13. Standar Usaha Kawasan Pariwisata Berisiko Tinggi.
14. Standar Usaha Aktivitas Biro Perjalanan Wisata Berisiko Menengah Rendah.
15. Standar Usaha Museum Berisiko Menengah Rendah.
16. Standar Usaha Fasilitas Gelanggang/Arena Berisiko Menengah Tinggi.
17. Standar Usaha Lapangan Golf Berisiko Tinggi.
18. Standar Usaha Aktivitas Perburuan Berisiko Menengah Rendah.
19. Standar Usaha Taman Rekreasi Berisiko Tinggi.
20. Standar Usaha Aktivitas Taman Bertema/Taman Hiburan Lainnya Berisiko Menengah Rendah.
21. Standar Usaha Pemandian Alam Berisiko Menengah Rendah.
22. Standar Usaha Pengelolaan Goa Berisiko Menengah Tinggi.
23. Standar Usaha Wisata Petualangan Alam Berisiko Menengah Tinggi.
24. Standar Usaha Wisata Pantai Berisiko Menengah Rendah.
25. Standar Usaha Daya Tarik Wisata Alam Lainnya Berisiko Menengah Rendah.
26. Standar Usaha Wisata Agro Berisiko Menengah Rendah.
27. Standar Usaha Daya Tarik Wisata Buatan/Binaan Manusia Lainnya Berisiko Menengah Rendah.
28. Standar Usaha Arung Jeram Berisiko Menengah Tinggi.
29. Standar Usaha Wisata Selam Berisiko Menengah Tinggi.
30. Standar Usaha Dermaga Marina Berisiko Tinggi.
31. Standar Usaha Wisata Memancing Berisiko Menengah Tinggi.

32. Standar Usaha Aktivitas Wisata Air Berisiko Menengah Tinggi.
33. Standar Usaha Wisata Tirta Lainnya Berisiko Menengah Tinggi.
34. Standar Usaha Klub Malam Berisiko Menengah Tinggi.
35. Standar Usaha Karaoke Berisiko Menengah Rendah.
36. Standar Usaha Arena Permainan Berisiko Menengah Tinggi.
37. Standar Usaha Diskotek Berisiko Menengah Tinggi.
38. Standar Usaha Spa (*Sante Par Aqua*) Berisiko Menengah Tinggi.
39. Standar Usaha Aktivitas Kebugaran Lainnya Berisiko Menengah Rendah.

**D. PERATURAN MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/KEPALA BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF NOMOR 9 TAHUN 2021 TENTANG PEDOMAN DESTINASI PARIWISATA BERKELANJUTAN**

**Lampiran**

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
4. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

5. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
6. Pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata yang memperhitungkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan saat ini dan masa depan, memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan dan masyarakat setempat serta dapat diaplikasikan ke semua bentuk aktifitas wisata di semua jenis destinasi wisata, termasuk wisata masal dan berbagai jenis kegiatan wisata lainnya.
7. Ekosistem pariwisata adalah rekayasa kompleksitas fenomena kepariwisataan untuk menghasilkan *linkage*, *value chain*, dan interkoneksi sistem, subsistem, sektor, dimensi, disiplin, komponen yang terintegrasi dalam produk dan jasa, pendorong sektor pariwisata dan pendorong sistem kepariwisataan melalui optimasi peran *Bussiness, Government, Community, Academic, and Media* (BGCAM) untuk menciptakan orkestrasi dan memastikan kualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan, dan untuk menciptakan pengalaman dan nilai manfaat kepariwisataan agar memberikan keuntungan dan manfaat pada masyarakat dan lingkungan.
8. Daerah Tujuan Pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
9. Kearifan lokal adalah nilai-nilai luhur yang berlaku dalam tata kehidupan masyarakat antara lain untuk melindungi dan mengelola lingkungan hidup secara lestari.

10. Cagar budaya adalah warisan budaya bersifat kebendaan berupa benda cagar budaya, benda cagar budaya, struktur cagar budaya, situs cagar budaya, kawasan cagar budaya di darat dan/atau di air yang perlu dilestarikan keberadaannya karena memiliki nilai yang penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, agama dan/atau kebudayaan melalui proses penetapan.
11. Pelestarian adalah unsur yang dinamis bukannya statis, dimana setiap unsur berperan memberikan fungsi kepada unsur lain, serta diartikan sebagai kesatuan sistem yang tidak dapat dipisahkan dari hubungan unsur perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan destinasi pariwisata.
12. *Global Sustainable Tourism Council* (GSTC) adalah badan independen internasional yang menetapkan dan mengelola standar pariwisata global dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan pariwisata berkelanjutan dan praktek antara para pemangku kepentingan publik dan swasta.

### **3.3 PERATURAN DAERAH**

#### **A. PERATURAN DAERAH KOTA SURAKARTA NOMOR 13 TAHUN 2016 TENTANG RENCANA INDUK PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN DAERAH TAHUN 2016 -2026**

- Pasal 2**      (1)      Pembangunan Kepariwisataan meliputi:
- a. Destinasi Pariwisata Daerah;
  - b. Pemasaran Pariwisata;
  - c. Industri Pariwisata; dan
  - d. Kelembagaan Kepariwisataan.
- (2)      Pembangunan Kepariwisataan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan berdasarkan RIPPARDA
- Pasal 3**                      Visi pembangunan kepariwisataan daerah adalah terwujudnya daerah sebagai destinasi pariwisata

unggulan baik nasional maupun internasional dengan mengedepankan nilai-nilai budaya, kearifan lokal dan kreativitas masyarakat menuju masyarakat mandiri, maju dan sejahtera.

#### **Pasal 4**

Misi pembangunan kepariwisataan Daerah adalah:

- a. mengembangkan Destinasi Pariwisata Daerah yang mempunyai keunikan lokal, kesejarahan, nilai-nilai budaya, aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, dan berwawasan lingkungan serta menjadi pusat pertumbuhan ekonomi, sosial budaya dan pemberdayaan masyarakat yang didukung pelestarian lingkungan dan cagar budaya;
- b. mengembangkan pemasaran pariwisata yang efektif, sinergis, dan bertanggungjawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara;
- c. mengembangkan industri pariwisata yang berdaya saing, menggerakkan kemitraan usaha termasuk usaha mikro, kecil dan menengah yang bertanggungjawab terhadap pelestarian lingkungan dan sosial budaya sebagai perwujudan Kota Budaya menuju masyarakat mandiri, maju dan sejahtera; dan
- d. mewujudkan organisasi pariwisata yang sinergis guna mendorong terwujudnya pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan.

#### **Pasal 5**

Tujuan RIPPARDA adalah sebagai pedoman dan arahan dalam pembangunan kepariwisataan untuk:

- a. peningkatan kesejahteraan masyarakat;
- b. peningkatan pertumbuhan ekonomi daerah;
- c. perluasan lapangan kerja;
- d. pelestarian alam dan lingkungan;
- e. pelestarian dan pengembangan kebudayaan;
- f. peningkatan citra daerah;
- g. peningkatan rasa cinta tanah air;
- h. penguatan kearifan lokal; dan

- i. peningkatan persahabatan antar daerah dan antar bangsa.

**Pasal 6**

Sasaran Pembangunan Kepariwisata meliputi peningkatan:

- a. jumlah kunjungan wisatawan mancanegara;
- b. jumlah kunjungan wisatawan nusantara;
- c. lama tinggal wisatawan mancanegara;
- d. lama tinggal wisatawan nusantara;
- e. jumlah penerimaan devisa dari wisatawan mancanegara;
- f. jumlah pengeluaran wisatawan nusantara; dan
- g. produk domestik regional bruto sub sektor hotel dan restoran.

**Pasal 16**

- (1) Pembangunan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 huruf b meliputi:

- a. Daya Tarik Wisata alam;
- b. Daya Tarik Wisata budaya; dan
- c. Daya Tarik Wisata hasil buatan manusia.

- (2) Pembangunan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilaksanakan berdasarkan prinsip:

- a. menjunjung tinggi nilai agama dan budaya;
- b. pengembangan manajemen daya tarik wisata yang berkualitas dan berdaya saing; dan
- c. pengembangan upaya konservasi untuk menjaga kelestarian dan keberlanjutan sumber daya.

**B. PERATURAN DAERAH KOTA SURAKARTA NOMOR 5 TAHUN 2017  
TENTANG PENYELENGGARAAN USAHA PARIWISATA**

**Pasal 3**

Pengaturan penyelenggaraan Usaha Pariwisata di Daerah bertujuan untuk:

- a. meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
- b. meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
- c. memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja;

- d. melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya;
- e. memajukan kebudayaan daerah;
- f. mengangkat citra daerah; dan
- g. memupuk rasa cinta tanah air guna mempererat persahabatan antar daerah dan bangsa.

#### **Pasal 4**

Usaha Pariwisata diselenggarakan dengan prinsip:

- a. menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai
- b. pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan;
- c. menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal dan dunia pendidikan;
- d. memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan secara proporsional;
- e. memelihara kelestarian alam dan perlindungan lingkungan;
- f. meningkatkan pemberdayaan masyarakat;
- g. menjamin keterpaduan antar sektor, antar daerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antar pemangku kepentingan;
- h. mematuhi kode etik kepariwisataan lokal, nasional dan internasional; dan
- i. memperkuat keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

#### **Pasal 5**

Usaha Pariwisata berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan penyediaan Jasa Wisata dan sarana Wisata bagi pemenuhan kebutuhan Wisatawan serta meningkatkan pendapatan asli Daerah untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

## BAB IV

# GAMBARAN UMUM PARIWISATA KOTA SURAKARTA

### 4.1 KONDISI EKSISTING PARIWISATA

Kota Surakarta selama ini dikenal sebagai salah satu daerah tujuan wisata di Provinsi Jawa Tengah. Hal ini sejalan dengan keberadaan beberapa obyek wisata yang cukup dikenal di kota ini, khususnya yang berupa bangunan gedung cagar budaya (*heritage*). Bahkan, secara kuantitatif, bangunan gedung cagar budaya di Kota Surakarta relatif cukup banyak, seperti Kraton Kasunanan Surakarta, Pura Mangkunegara, Benteng Vantenburg, dan sebagainya.

Bangunan gedung cagar budaya di Kota Surakarta yang relatif cukup banyak tersebut tidak bisa dilepaskan dari sejarah panjang keberadaan Kraton Kasunanan Surakarta dan Pura Mangkunegara. Oleh sebab itu tidak mengherankan jika bangunan gedung tua atau cagar budaya di Kota Surakarta merupakan bagian tak terpisahkan dari kedua istana mataram tersebut, baik secara langsung maupun tidak langsung.



**Gambar 4.1:** Pura Mangkunegaran

Kuatnya nilai kebudayaan membuat Kota Surakarta juga dikenal dengan beberapa obyek wisata yang bernilai kultural lainnya, seperti Pasar Gedhe, Pasar Antik Triwindu, Kampung Wisata Batik Kauman, Pasar Klewer, dan sebagainya. Dimana, di beberapa obyek wisata ini, wisatawan tidak sekedar

melakukan aktivitas berjalan-jalan dan berbelanja, namun juga menikmati keramahan pedagang dan masyarakat setempat. Selain itu wisatawan juga bisa merasakan nuansa perdagangan tempo doeloe, interaksi kekeluargaan, dan sebagainya.

Kota Surakarta, sebagai wilayah perkotaan lain di Indonesia, relatif tidak menonjol dengan obyek wisata alamnya. Hal ini sejalan dengan minimnya obyek wisata alam yang ada di daerah tersebut karena wilayah Kota Surakarta memang relatif dipenuhi dengan kawasan permukiman, perdagangan, dan perkantoran. Oleh sebab itu tidak mengherankan jika cuma ada beberapa obyek wisata alam yang dimiliki Kota Surakarta, salah satunya adalah Taman Sunan Jogo di Kelurahan Pucangsawit Kecamatan Jebres.

Meski demikian selama ini ada beberapa obyek wisata alam terkenal yang seringkali diidentikkan dengan Kota Surakarta, yaitu Grojogan Sewu Tawangmangu (Kabupaten Karanganyar), Bendungan Colo (Kabupaten Sukoharjo), dan sebagainya. Hal ini kemungkinan besar karena beberapa kabupaten tersebut merupakan bagian dari kawasan aglomerasi perkotaan Solo Raya. Dimana masyarakat cenderung menyebut beberapa daerah itu sebagai Solo, termasuk menganggap obyek wisata yang sebagai bagian dari Kota Surakarta.



**Gambar 4.2:** Solo Safari

Keseriusan Pemerintah Kota Surakarta dalam membangun dan mengembangkan pariwisata tampak dari munculnya beberapa obyek wisata yang relatif tidak banyak dimiliki oleh daerah lain di Indonesia. Dimana salah satunya adalah Kereta Api Kluthuk Jaladara yang beroperasi dari Stasiun Purwasari sampai dengan Stasiun Kota Solo sepanjang 6 Km. Rel KA tersebut tepat bersisian dengan Jl. Slamet Riyadi yang merupakan jalan utama di tengah Kota Surakarta. Kereta api ini dioperasikan atas kerjasama antara Pemerintah Kota Surakarta dan PT. Kereta Api Indonesia (Persero).



**Gambar 4.3:** KA Kluthuk Jaladara

Terobosan Pemerintah Kota Surakarta dibidang kepariwisataan tampak semakin kental dengan dikembangkannya Taman Wisata Taru Jurug menjadi Solo Safari. Obyek wisata baru di Kota Surakarta ini merupakan hasil kerjasama antara Pemerintah Kota Surakarta dengan Taman Safari Indonesia (TSI). Meskipun TSI banyak membangun wahana yang sama di beberapa daerah lain di Indonesia, yaitu Taman Safari Prigen, Taman Safari Bali, dan Taman Safari Bogor, namun Solo Safari merupakan satu-satunya Taman Safari yang berada di tengah perkotaan. Keunikan inilah yang diharapkan dapat menarik minat masyarakat untuk mengunjungi wahana wisata tersebut.

Keunikan pariwisata lain yang juga mulai ditonjolkan di Kota Surakarta Solo adalah Restoran Taman Pracima Mangkunegara yang berada di kawasan Pura Mangkunegaran. Dimana rumah makan ini mencoba menawarkan sensasi menyantap makanan para bangsawan tempo doeloe di lingkungan istana. Wisata kuliner ini diharapkan dapat menarik minat masyarakat dan wisatawan mengingat lokasi yang digunakan telah selesai direnovasi sesuai bentuk aslinya.



**Gambar 4.4:** Taman Pracima Mangkunegaran

Oleh sebab itu keberadaan KA Kluthuk Jaladara dan Solo Safari, Solo Safari, dan Restoran Taman Pracima Mangkunegaran membuat variasi obyek wisata di Kota Surakarta menjadi semakin beragam. Hal ini diharapkan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk mengunjungi Kota Surakarta. Apalagi obyek wisata tersebut tidak banyak bisa dijumpai di daerah lain di Indonesia, khususnya KA Kluthuk Jaladara dan Solo Safari. Sementara obyek wisata yang sejenis dengan Resto Taman Pracima Mangkunegaran hanya ada di Yogyakarta, yaitu Restoran Bale Raos.

Daya tarik Kota Surakarta diharapkan makin besar sejalan dengan kemudahan dalam mengakses daerah tersebut. Betapa tidak, Kota Surakarta relatif sangat mudah dicapai dari berbagai daerah sejalan dengan keberadaan Jalan Tol Trans Jawa yang melewatinya. Akses menuju Kota Surakarta juga makin dipermudah dengan keberadaan Bandara Internasional Adi Soemarmo. Semua itu bukan tanpa alasan karena bandara ini melayani penerbangan dari berbagai wilayah di Indonesia, bahkan luar negeri, khususnya Kuala Lumpur dan Singapura.

**Tabel 4.1:** Obyek Wisata di Kota Surakarta

| No  | Nama                              | Kategori      |
|-----|-----------------------------------|---------------|
| 1.  | Benteng Trade Center (BTC)        | Wisata Buatan |
| 2.  | Gladag Langen Bogan (Galabo)      | Wisata Buatan |
| 3.  | Kampung Batik Kauman              | Wisata Buatan |
| 4.  | Kampung Batik Laweyan             | Wisata Buatan |
| 5.  | Masjid Agung                      | Wisata Buatan |
| 6.  | Pasar Antik Triwindu              | Wisata Buatan |
| 7.  | Pasar Gedhe                       | Wisata Buatan |
| 8.  | Pasar Klewer                      | Wisata Buatan |
| 9.  | Pusat Grosir Solo (PGS)           | Wisata Buatan |
| 10. | Pucangsawit Langen Bogan (Pulabo) | Wisata Buatan |
| 11. | Taman Balekambang                 | Wisata Buatan |
| 12. | Taman Satwa Taru Jurug            | Wisata Buatan |
| 13. | Wayang Orang Sriwedari            | Wisata Buatan |

| No  | Nama                           | Kategori      |
|-----|--------------------------------|---------------|
| 14. | Makam Habib Ali                | Wisata Alam   |
| 15. | Kampung Situs Budaya Baluwarti | Wisata Budaya |
| 16. | Ketoprak Balekambang           | Wisata Budaya |
| 17. | Kraton Kasunanan Surakarta     | Wisata Budaya |
| 18. | Museum Batik Danar Hadi        | Wisata Budaya |
| 19. | Museum Keris                   | Wisata Budaya |
| 20. | Museum Lokananta               | Wisata Budaya |
| 21. | Museum Radya Pustaka           | Wisata Budaya |
| 22. | Pura Mangkunegara              | Wisata Budaya |

Sumber: Buku Pariwisata Jawa Tengah Dalam Angka 2020.

Tabel di atas menyajikan obyek wisata di Kota Surakarta, baik yang berupa obyek wisata buatan, obyek wisata alam, maupun obyek wisata budaya. Sebagaimana penjelasan sebelumnya, obyek wisata di Kota Surakarta memang didominasi wisata budaya dan buatan, sementara obyek wisata alam relatif sangat terbatas. Hal ini sejalan dengan tipologi Kota Surakarta sebagai kawasan perkotaan yang sebagian besar wilayahnya digunakan untuk permukiman, perdagangan, dan perkantoran.

Keterbatasan obyek wisata alam di atas selama ini telah dicoba di atasi dengan beberapa jenis obyek wisata buatan dan budaya yang tidak dimiliki daerah lain di Indonesia. Dimana beberapa diantaranya adalah KA Kluthuk Jaladara dan Solo Safari, Solo Safari, dan Restoran Taman Pracima Mangkunegaran. Daya tarik pariwisata tersebut diharapkan akan makin meningkat sejalan dengan kegiatan rehabilitasi beberapa fasilitas Kraton Kasunanan Surakarta. Proyek yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Surakarta bekerjasama dengan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat dimulai pada tahun 2023 ini.

Proyek rehabilitasi Kraton Kasunanan Surakarta memang memperoleh prioritas dari Pemerintah Kota Surakarta mengingat istana tersebut memang telah menjadi ikon daerah tersebut bersama dengan Pura Mangkunegaran. Oleh sebab itu pembenahan, perbaikan, dan renovasi terhadap beberapa bagian dari Kraton Kasunanan Surakarta diharapkan dapat mengembalikan citra kraton sebagai pusat kebudayaan jawa mataram.



**Gambar 4.5:** Peta Wisata Kota Surakarta (1)

Sumber: <https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/peta-wisata/>

Peta wisata di atas menggambarkan beberapa fasilitas dan obyek wisata yang ada di Kota Surakarta, khususnya obyek wisata budaya dan obyek wisata buatan. Selain itu peta wisata di atas juga menunjukkan beberapa lokasi yang terkait dengan pariwisata di Kota Surakarta, seperti hotel, rumah sakit, terminal, stasiun kereta api (KA), rumah makan dan kafe, serta *Tourist Information Center*. Untuk melengkapinya peta wisata juga dilengkapi dengan beberapa informasi lokasi tempat ibadah, khususnya masjid dan gereja.

Selanjutnya, untuk melengkapi informasi yang disajikan dalam peta wisata Kota Surakarta di atas, Dinas Pariwisata Kota Surakarta menyajikan peta wisata kedua. Dimana peta wisata kedua ini menyajikan informasi yang relatif jauh lebih lengkap dibandingkan dengan peta wisata pertama, khususnya informasi yang terkait dengan lokasi obyek wisata, bank, dan sebagainya.



**Gambar 4.6:** Peta Wisata Kota Surakarta (2)

Sumber: <https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/peta-wisata/>

Peta wisata Kota Surakarta di atas cukup banyak menyajikan informasi, khususnya informasi yang terkait dengan nama dan lokasi obyek wisata. Selain itu beberapa informasi juga disajikan dalam peta wisata tersebut untuk melengkapinya, seperti lokasi dan nama bank, pertokoan, kantor polisi, pasar tradisional, serta pusat perniagaan modern. Peta wisata ini bahkan juga menunjukkan beberapa lokasi hotel, rumah sakit, terminal, stasiun kereta api (KA), rumah makan dan kafe, serta *Tourist Information Center*. Informasi lain yang juga disediakan dalam peta wisata ini adalah informasi tentang lokasi masjid dan gereja.



**Gambar 4.7:** Peta Wisata Kuliner Kota Surakarta

Sumber: <https://pariwisatasolo.surakarta.go.id/peta-wisata/>

Peta wisata lain yang disediakan oleh Dinas Pariwisata Kota Surakarta adalah peta wisata kuliner yang berisi lokasi dan jenis kuliner di daerah tersebut. Ada beberapa jenis kuliner yang selama ini telah menjadi ikon makanan khas Kota Surakarta, yaitu sate buntel, tengkleng, nasi liwet, timlo solo, roti mandarin, dan sebagainya. Jenis makanan inilah yang selama ini diburu oleh para wisatawan yang berkunjung di Kota Surakarta. Bahkan ada pameo yang mengatakan belum sah berkunjung ke Solo jika belum menikmati makanan-makanan tersebut.

Kemudian, untuk melengkapinya seperti peta wisata-peta wisata sebelumnya, peta wisata kuliner s juga menunjukkan beberapa lokasi yang terkait dengan pariwisata di Kota Surakarta, seperti hotel, rumah sakit, terminal, stasiun kereta api (KA), rumah makan dan kafe, serta *Tourist Information Center*. Untuk melengkapinya peta wisata juga dilengkapi dengan beberapa informasi lokasi tempat ibadah, khususnya masjid dan gereja.

## 4.2 PERKEMBANGAN PARIWISATA

Perkembangan pariwisata di Kota Surakarta selama beberapa tahun terakhir menunjukkan trend positif, bahkan ketika terjadi pandemi covid-19 pada tahun 2020-2022. Hal ini bisa dilihat dari data kunjungan wisatawan, baik mancanegara maupun nusantara, cenderung mengalami peningkatan dari waktu ke waktu sebesar 4.95% per tahun. Namun demikian pada tahun 2020 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Surakarta mengalami penurunan cukup signifikan sejalan dengan terjadinya pandemi covid-19.

Dunia kepariwisataan Kota Surakarta mulai kembali menggeliat pada tahun 2021, meski sempat mengalami penurunan pada tahun 2020. Namun demikian jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota tersebut relatif masih jauh lebih sedikit dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Hal ini tentu mudah dipahami karena pandemi covid-19 masih berlanjut pada tahun 2021, bahkan sempat muncul varian virus yang baru yang cukup mengawatirkan.

Namun demikian, meski sempat mengalami penurunan pada tahun 2020, Pemerintah Kota Surakarta dengan dukungan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat tetap memberikan perhatian serius terhadap perkembangan pariwisata di daerah tersebut. Salah satunya adalah dengan tetap melanjutkan rencana rehabilitasi sejumlah bangunan di kompleks Pura Mangkunegaran. Dimana proyek ini diharapkan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Pura Mangkunegaran maupun Kota Surakarta pada umumnya.

Oleh sebab itu tidak mengherankan jika jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Surakarta segera kembali meningkat pada tahun 2021, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Kondisi ini tentu cukup menggembirakan bagi pelaku pariwisata di Kota Surakarta sebagai langkah awal untuk melakukan *recovery* mengangkat kembali dunia kepariwisataan daerah tersebut. Apalagi jika mengingat bahwa pada tahun tersebut pandemi relatif belum membaik bahkan cenderung semakin meningkat.

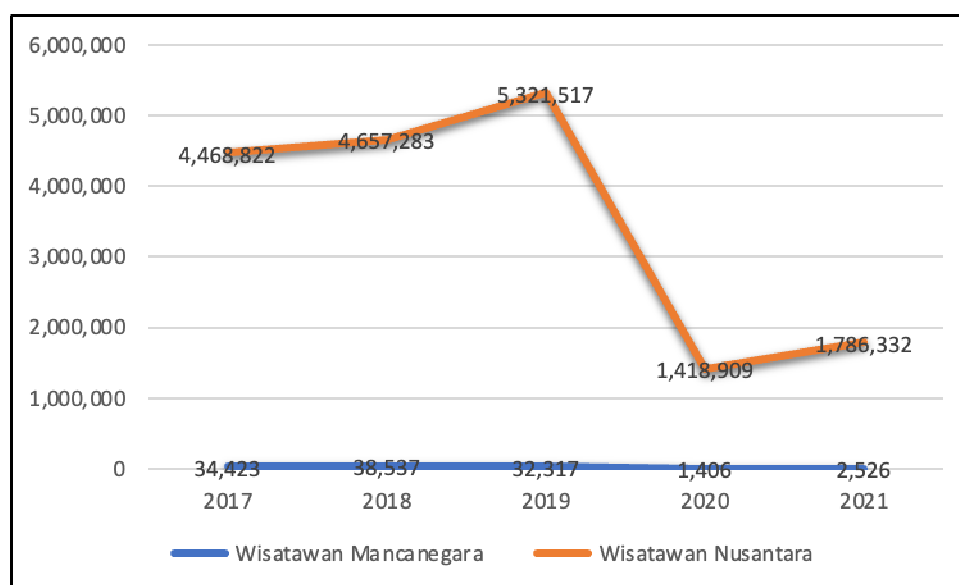
**Tabel 4.2:** Perkembangan Pariwisata di Kota Surakarta

| No | Indikator             | Tahun     |           |           |           |           |
|----|-----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|    |                       | 2017      | 2018      | 2019      | 2020      | 2021      |
| 1. | Kunjungan Wisatawan   | 4.503.245 | 4.695.820 | 5.353.834 | 1.420.315 | 1.788.858 |
| 2. | Objek Wisata Unggulan | 15        | 16        | 20        | 8         | 22        |
| 3. | Restoran              | 152       | 158       | 277       | 277       | 691       |
| 4. | Rumah Makan           | 690       | 699       | 715       | 450       | 25        |
| 5. | Hotel Bintang         | 44        | 49        | 49        | 48        | 56        |
| 6. | Hotel Non-Bintang     | 103       | 104       | 93        | 97        | 85        |
| 7. | Home Stay             | 14        | 7         | 39        | 66        | 72        |
| 8. | Wisatawan Mancanegara | 34.423    | 38.537    | 32.317    | 1.406     | 2.526     |

| No | Indikator           | Tahun     |           |           |         |           |
|----|---------------------|-----------|-----------|-----------|---------|-----------|
|    |                     | 2017      | 2018      | 2019      | 2020    | 2021      |
| 9. | Wisatawan Nusantara | 4.468.822 | 4.657.283 | 5.321.517 | 352.700 | 1.786.332 |

Sumber: <https://solodata.surakarta.go.id/rpjmd>, 2023.

Tabel di atas menyajikan beberapa data terkait dengan pariwisata di Kota Surakarta, khususnya jumlah wisatawan, obyek wisata, maupun fasilitas pendukung wisata. Dari data di atas tampak bahwa jumlah wisatawan, baik nusantara maupun mancanegara, cenderung mengalami kenaikan dari periode ke periode sampai dengan tahun 2019. Jumlah wisatawan sempat mengalami penurunan pada tahun 2020 sejalan dengan terjadinya pandemi covid-19, meski angka tersebut kembali meningkat cukup signifikan pada tahun 2021.



Sumber: Data primer diolah, 2023.

**Gambar 4.8:** Perbandingan Wisawatan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara di Kota Surakarta

Grafik di atas menyajikan perbandingan jumlah wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang berkunjung periode 2017-2021. Dari grafik tersebut tampak bahwa jumlah wisatawan mancanegara relatif masih sangat sedikit dibandingkan dengan wisatawan nusantara, yaitu sekitar 0.49%. Angka ini tentu sangat rendah mengingat rasio antara wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara secara nasional pada periode tersebut mencapai 2.73%. Apalagi jika perbandingan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara itu dibandingkan dengan rasio antara wisatawan mancanegara dengan wisatawan nusantara Yogyakarta yang mencapai 6.37%.

Jumlah wisatawan yang berkunjung di Kota Surakarta di atas, meski secara kuantitatif cukup banyak, hanya sebesar 0.38% dari total wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara secara nasional. Bahkan jika dilakukan penelusuran lebih lanjut akan tampak bahwa jumlah wisatawan mancanegara

yang berkunjung ke Kota Surakarta baru sekitar 0.18% dari total wisatawan asing yang datang ke Indonesia. Angka ini sebenarnya relatif sangat kecil mengingat Kota Surakarta mempunyai banyak bangunan cagar budaya era kolonial atau swapraja yang menjadi salah satu tujuan utama para wisatawan mancanegara, seperti Kraton Kasunanan Surakarta dan Pura Mangkunegaran.

**Tabel 4.3:** Perbandingan Jumlah Wisatawan Kota Surakarta dan Nasional

| No        | Indikator             | Tahun              |                    |                    |                    |                    |
|-----------|-----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|           |                       | 2017               | 2018               | 2019               | 2020               | 2021               |
| <b>A.</b> | <b>Kota Surakarta</b> |                    |                    |                    |                    |                    |
| 1.        | Wisatawan Mancanegara | 34,423             | 38,537             | 32,317             | 1,406              | 2,526              |
| 2.        | Wisatawan Nusantara   | 4,468,822          | 4,657,283          | 5,321,517          | 1,418,909          | 1,786,332          |
|           | <b>Total</b>          | <b>4,503,245</b>   | <b>4,695,820</b>   | <b>5,353,834</b>   | <b>1,420,315</b>   | <b>1,788,858</b>   |
| <b>B.</b> | <b>Nasional</b>       |                    |                    |                    |                    |                    |
| 1.        | Wisatawan Mancanegara | 14,039,799         | 15,810,305         | 16,106,954         | 4,052,923          | 1,557,530          |
| 2.        | Wisatawan Nusantara   | 270,822,003        | 303,403,888        | 722,158,733        | 524,571,392        | 603,020,000        |
|           | <b>Total</b>          | <b>284,861,802</b> | <b>319,214,193</b> | <b>738,265,687</b> | <b>528,624,315</b> | <b>604,577,530</b> |

Sumber: <https://www.bps.go.id/indicator/16/1189/1/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara.html>, 2023.

Jumlah wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Surakarta ternyata relatif masih sangat kecil dibanding total wisatawan secara nasional. Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri bagi Pemerintah Kota Surakarta dalam membangun dan mengembangkan dunia kepariwisataan mengingat potensi yang dimiliki daerah ini relatif cukup besar sejalan dengan keberadaan dua ikon wisatanya, yaitu Kraton Kasunanan Surakarta dan Pura Mangkunegaran. Apalagi saat ini telah ada beberapa obyek wisata lain di Kota Surakarta yang kebetulan tidak banyak dimiliki daerah-daerah lain di Indonesia, yaitu KA Kluthuk Jaladara dan Solo Safari.

Tantangan lain yang mestinya juga menjadi perhatian Pemerintah Kota Surakarta adalah lamanya tinggal (*length of stay*) para wisatawan di daerah tersebut. Dimana lama tinggal wisatawan di hotel-hotel Kota Surakarta pada tahun 2022 baru mencapai 1.5 hari, meski angka sudah meningkat dari 1.1 hari pada tahun 2021 ketika pandemi covid-19 masih terjadi di seluruh dunia. Dari data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surakarta, lama menginap capaian tersebut tidak jauh berbeda dengan lama tinggal wisatawan di Kota Surakarta pada periode sebelum pandemi covid-19, khususnya pada tahun 2019.

**Tabel 4.4:** Lama Tinggal Wisatawan di Kota Surakarta

| No | Indikator             | Tahun |      |      |      |      |
|----|-----------------------|-------|------|------|------|------|
|    |                       | 2017  | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| 1. | Wisatawan Mancanegara |       |      | 2.13 | 2.50 | 2.51 |
| 2. | Wisatawan Nusantara   |       |      | 1.60 | 1.50 | 1.25 |

Sumber: Data primer diolah, 2023.

### 4.3 POTENSI WISATA WELLNESS

*Wellness tourism* adalah sebuah perjalanan wisata yang motif utamanya adalah meningkatkan dan mempertahankan kesehatan tubuh juga sekaligus merupakan sebuah program wisata yang dirancang khusus dalam peningkatan fisik, spiritual, intelektual, sosial, dan emosional. Ada beragam bentuk destinasi wisata yang dikategorikan sebagai *wellness tourism*, seperti spa, meditasi, yoga, retreats hingga berbagai aktivitas fisik di alam, seperti hiking, rafting atau bersepeda.

Pemerintah Indonesia telah menunjuk Kota Surakarta sebagai salah satu kota percontohan *wellness tourism* atau wisata kebugaran pada tahun 2021, selain Yogyakarta dan Bali. Hal tersebut sejalan dengan potensi wisata kebugaran yang dimiliki oleh daerah-daerah tersebut selama ini. Oleh sebab itu tahap awal yang harus dilakukan untuk membangun strategi pengembangan *wellness tourism* di Kota Surakarta adalah dengan mengidentifikasi potensi wisata kebugaran di daerah tersebut.

**Tabel 4.5:** Spa, Message, dan Refleksi di Kota Surakarta

| No  | Nama Usaha                                   | Jenis Layanan          | Alamat                                                                                 |
|-----|----------------------------------------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Nest Family Reflexology                      | Umum                   | Jl. Perintis Kemerdekaan No. 35, Purwosari, Laweyan                                    |
| 2.  | Luvenda Beauty & Spa                         | Khusus Wanita          | Jl. Perintis Kemerdekaan No. 21 RT 02/RW 07, Purwosari, Laweyan                        |
| 3.  | Royal Kedaton Beauty & Spa                   | Khusus Wanita          | Jl. Parang Kesit No. 12, Sondakan, Laweyan                                             |
| 4.  | Kebugaran Solo Spa & Shiatshu                | Umum                   | Jl. Mojo, Karangasem, Laweyan                                                          |
| 5.  | Passion Reflexology                          | Umum                   | Solo Grand Mall Lt. 1, Jl. Brigadir Jenderal Slamet Riyadi No. 273. Penumping, Laweyan |
| 6.  | SUISS Mom, Baby, Kids Spa                    | Khusus Wanita dan Anak | Jl. Perintis Kemerdekaan No. 46, Sondakan, Laweyan                                     |
| 7.  | Ayu Water Spa                                | Umum                   | Hotel Swissbelin, Jl. Slamet Riyadi No. 437, Sondakan, Laweyan                         |
| 8.  | Nakamura The Healing Touch                   | Umum                   | Mall Solo Square Lt. 1 Koridor Barat, Pajang, Laweyan                                  |
| 9.  | Erma Holistic Clinic Reflexology Acupuncture | Umum                   | Jl. Jambu Raya No. 72, Jajar, Laweyan                                                  |
| 10. | Onyx Spa                                     | Khusus Wanita          | Jl. Kebangkitan Nasional No. 18, Sriwedari, Laweyan                                    |
| 11. | Labida Kefir Salon, Spa & Skin Care          | Khusus Wanita          | Jl. Melon Raya No. 51, Karangasem, Laweyan                                             |

| No  | Nama Usaha                                                                   | Jenis Layanan | Alamat                                                                                                   |
|-----|------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 12. | Quinn Spa                                                                    | Khusus Wanita | Gg. Walet II No. 1, Kerten, Laweyan                                                                      |
| 13. | Griya Savitri Salon & Spa                                                    | Khusus Wanita | Jalan Brigjen Slamet Riyadi No. 610, Jajar,. Laweyan,                                                    |
| 14. | Aurelia Beauty Care & Spa                                                    |               | Jl. Dr. Sutomo RT 03/RW 02, Penumping, Laweyan                                                           |
| 15. | CV. Solo Mustika Abadi (Taman Sari Royal Heritage Spa/Avana Day Spa & Salon) | Umum          | Jl. Adi Sucipto No. 17, Manahan, Banjarsari                                                              |
| 16. | Spa & Salon Rudy Hadisuwarno                                                 | Umum          | Jl. Ronggowarsito No. 88, Keprabon, Banjarsari                                                           |
| 17. | Favorite The Body Treatment                                                  | Umum          | Ruko Depok Jl. Depok No. 2, RT 02/RW 05, Manahan, Banjarsari                                             |
| 18. | R & J Clinic Skin & Body Care                                                | Umum          | Jl. Ronggowarsito No. 131, Timuran, Banjarsari                                                           |
| 19. | Dr. Lee Skin Care 'N Body Treatment                                          | Umum          | Jl. Sugiyopranoto No.52, Keprabon, Banjarsari                                                            |
| 20. | Impressions Body Care Center                                                 | Khusus Wanita | Jl. Adi Sucipto No. 12, Manahan, Banjarsari                                                              |
| 21. | Nakamura The Healing Touch                                                   | Umum          | Jl. Letjen S. Parman No. 47, Kestalan, Banjarsari                                                        |
| 22. | Rimaverra Day Spa                                                            | Khusus Wanita | Jl. R. M. Said No. 156, Mangkubumen, Banjarsari                                                          |
| 23. | De Wave                                                                      | Umum          | Mall Solo Paragon, Jl. Yosodipuro No. 133, Mangkubumen, Banjarsari                                       |
| 24. | The Passion                                                                  | Umum          | Solo Paragon Mall, Jl. Yosodipuro No. 133, Banjarsari, Banjarsari                                        |
| 25. | Java Reflexo (Reflexo Shiatsu Reflexology Massage)                           |               | Banyuanyar, RT 01/RW 12, Banyuanyar, Banjarsari                                                          |
| 26. | Pesona Bali Salon & Spa                                                      |               | Solo Paragon Lifestyle Mall Lt. 1 FF/1-02B. Jl. Yosodipura No. 133, RT 04/RW 05, Mangkubumen, Banjarsari |
| 27. | Benayoe Skin, Hair Care and Spa                                              |               | Jl. Letjen Suprpto No. 83 B, RT 03/RW 11, Banyuanyar, Banjarsari                                         |
| 28. | Griya Rempah                                                                 |               | Jl. Teuku Umar No. 69, Keprabon, Banjarsari                                                              |
| 29. | De Wave Spa & Reflexology                                                    | Umum          | Jl. Arifin No. 89A, Kepatihan Kulon, Jebres                                                              |
| 30. | Serenity Spa                                                                 |               | Jl. Ir Juanda No. 402, RT 03/RW 09, Pucangsawit, Jebres                                                  |
| 31. | Titis Skincare, Spa & Body Massage                                           | Umum          | Jl. Letjen Sutoyo No. 217 RT 04/RW13, Mojosongo, Jebres                                                  |
| 32. | D'Orin Spa                                                                   | Wanita & Anak | Jl. Agung Timur No. 3, Mojosongo,                                                                        |

| No  | Nama Usaha                             | Jenis Layanan | Alamat                                                              |
|-----|----------------------------------------|---------------|---------------------------------------------------------------------|
|     |                                        |               | Jebres                                                              |
| 33. | Salon Rudy & Spa RHO                   | Umum          | Jl. Mertolulutan No. 23, Purwodiningratan, Jebres                   |
| 34. | Youfo Salon & Spa Muslimah             | Khusus Wanita | Jl. Kartika No. 16, Ngoresan, Jebres                                |
| 35. | Kiky Salon & Spa                       | Umum          | Jl. Bridgen Katamso, Selatan Perempatan Ring Road Mojosongo, Jebres |
| 36. | Gempi Spa                              | Baby Spa      | Unnamed Road, Jebres, Jebres                                        |
| 37. | Ochi Kids and Baby Spa                 | Khusus Anak   | Gandekan Tengen, RT 03/RW 05, Gandekan, Jebres                      |
| 38. | Madame Korner Classic Skin Care        |               | Jl. Gotong Royong No. 2A, RT 02/RW 04, Jagalan, Jebres              |
| 39. | Melissa Hair & Beauty Clinic           |               | Jl. Jend. Urip Sumoharjo, Purwodiningratan, Jebres                  |
| 40. | Rumah Cantik Pandan                    | Khusus Wanita | Jl. Widoro Kandang No. 09, Kratonan, Serengan                       |
| 41. | Lollipop Baby Spa & Branded Kids Store | Baby Spa      | Jl. Dr. Radjiman No. 201, Jeyengan, Serengan                        |
| 42. | Kalisha                                | Umum          | Jl. Kalilarangan No. 56, Jeyengan, Serengan                         |
| 43. | Java Spa                               |               | Jl. Honggowongso No. 57, RT 03/RW 05, Kemlayan, Serengan            |
| 44. | Java Garden Spa                        |               | Jl. Jend.Urip Sumoharjo No. 112 Jebres Jebres                       |
| 45. | Quality Massage QM                     | Umum          | Jl. Kapten Mulyadi No. 87, Kedung Lumbu, Pasar Kliwon               |
| 46. | Kiddy Baby and Kids Spa                |               | Jl. Perintis Kemerdekaan No. 33, Purwosari, Laweyan                 |
| 47. | Sunny Baby, Kid and Mom Spa            |               | Manahan, Banjarsari                                                 |

*Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Surakarta 2023.*

Tabel di atas menyajikan nama dan alamat usaha spa, message, dan refleksiologi yang ada di Kota Surakarta. Dari tabel di atas tampak bahwa ada beberapa usaha spa, message, dan refleksiologi yang mengkhususkan diri hanya memberikan pelayanan kepada bayi, anak dan wanita. Hal ini membuktikan bahwa pasar spa, message, dan refleksiologi untuk wanita serta anak relatif cukup terbuka di Kota Surakarta. Pilihan hanya memberi pelayanan untuk bayi, anak, dan wanita tersebut diharapkan dapat mengeliminasi atau bahkan menghapus konotasi negatif yang seringkali dilekatkan pada jenis usaha ini.

Jumlah spa, message, dan refleksiologi di Kota Surakarta dengan segmen pasar terbatas semacam itu ternyata cukup banyak, yaitu 15 unit atau sepertiga dari total usaha yang ada. Sementara usaha spa, message, dan

refleksiologi yang menyediakan layanannya tanpa segmentasi berjumlah 32 unit. Oleh sebab itu, jika dijumlahkan, total usaha spa, message, dan refleksiologi di Kota Surakarta adalah 47 unit. Total angka sebesar itu tentu cukup signifikan mengingat luasan wilayah dan jumlah masyarakat Kota Surakarta tidak terlalu luas dan banyak.



**Gambar 4.9:** De Wave Spa & Reflexology di Kota Surakarta

Usaha spa, message, dan refleksiologi di Kota Surakarta tersebar di berbagai kawasan yang menjadi pusat keramaian, jasa, dan perdagangan di daerah tersebut, yaitu Kecamatan Laweyan, Kecamatan Banjarsari, dan Kecamatan Jebres. Kecamatan Laweyan memang selama ini dikenal sebagai pusat niaga, khususnya produksi dan perdagangan batik. Selain itu Kecamatan Laweyan juga dipenuhi dengan *mall*, rumah sakit, hotel, dan restoran. Oleh sebab itu tidak mengherankan jika Kecamatan Laweyan banyak dipilih sebagai lokasi membuka dan menjalankan usaha spa, message, dan refleksiologi.

Kecamatan Banjarsari, yang juga merupakan salah satu pusat keramaian di Kota Surakarta. Di wilayah ini berdiri Stasiun Solo Balapan, Terminal Tirtonadi, Pura Mangkunegaran, dan lainnya. Karenanya mudah dipahami jika Kecamatan Banjarsari juga menjadi pilihan lokasi dalam membuka dan menjalankan usaha spa, message, dan refleksiologi. Demikian juga dengan Kecamatan Jebres yang juga menjadi pusat kegiatan masyarakat sejalan dengan keberadaan Pasar Gede, kampus UNS, dan berbagai industri. Alasan inilah yang mungkin mendorong para pengusaha spa, message, dan refleksiologi memilih Kecamatan Jebres untuk lokasi usahanya.

Bentuk usaha lainnya yang bisa dikategorikan sebagai *wellness tourism* adalah restoran vegetarian, organik, dan makanan sehat. Jenis layanan ini diklasifikasikan sebagai wisata kebugaran karena mendukung gaya hidup yang menerapkan pola makan tanpa mengonsumsi makanan yang berasal dari hewan, seperti daging sapi, daging kambing, daging babi, daging unggas, dan

makanan laut, termasuk ikan dan kerang-kerangan. Oleh sebab itu restoran semacam ini hanya menyediakan makanan yang berasal dari sayuran, buah-buahan, kacang-kacangan, biji-bijian, dan jamur.

Usaha lain yang dapat dikategorikan sebagai wisata kebugaran di Kota Surakarta adalah toko/kedai/warung yang menyediakan jamu dan/atau minuman herbal. Jenis usaha semacam ini ternyata ada cukup banyak di daerah ini, khususnya di Kecamatan Laweyan, Kecamatan Banjarsari, dan beberapa kawasan lain yang menjadi pusat-pusat keramaian masyarakat di Kota Surakarta.

**Tabel 4.6:** Restoran Organik dan Makanan Sehat di Kota Surakarta

| No | Nama Usaha                     | Jenis Layanan                                                 | Alamat                                                   |
|----|--------------------------------|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 1. | Restoran Taman Bali Vegetarian | Rumah Makan Vegetarian                                        | Jl. Moh. Saleh Wedisastro No. 4 Setabelan                |
| 2. | Vegan Peace                    | Rumah Makan Vegetarian                                        | Jl. Jend. Urip Sumoharjo No. 94 Purwodiningratan         |
| 3. | Loving Hut                     | Rumah Makan Vegetarian                                        | Jl. Brig. Jend. Slamet Riyadi No. 451 – 455, Laweyan     |
| 4. | Jamu Godhog Air Mancur         | Obat Herbal Termasuk Jamu                                     | Jl. Letjen S. Parman No.71, Setabelan, Banjarsari        |
| 5. | Jamu Akar Sari                 | Tanaman Kering Herbal yang Digunakan Sebagai Campuran Makanan | Jl. Muhammad Yamin No. 138, Serengan, Panularan, Laweyan |
| 6. | Reina Herbal (Rumah Reina)     | Gerai Jamu/Minuman Herbal                                     | Jl. Widororejo No.36, Dusun II, Makamhaji                |
| 7. | Herbal Life                    | Gerai Jamu Atau Minuman Herbal                                | Solo Paragon , Jl. Yosodipuro, Keprabon, Banjarsari      |
| 8. | Toko Herbal Al- Falah          | Kedai Herba                                                   | Jl. DI Panjaitan No. 72, Gilingan, Banjarsari            |
| 9. | Jamu Godhog Air Mancur         | Obat Herbal Termasuk Jamu                                     | Jl. Letjen S. Parman No. 71, Setabelan, Banjarsari       |

*Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Surakarta 2023.*

Dari tabel bisa dilihat bahwa jumlah restoran atau rumah makan yang menyediakan menu vegetarian di Kota Surakarta relatif terbatas. Hal ini bisa jadi menunjukkan bahwa masyarakat dan pendatang di Kota Surakarta tidak terlalu meminati makanan-makanan non hewani tersebut. Kondisi ini mudah dipahami mengingat Kota Surakarta memang sangat identik dengan kuliner perdagingan, seperti tengkleng, sate buntel, semur daging/selat, soto ayam, dan sebagainya.

Tabel di atas juga menyajikan data terkait dengan rumah herbal, warung jamu, dan sebagainya di Kota Surakarta, khususnya nama usaha, jenis layanan yang disediakan, dan alamat. Dimana, secara kuantitatif, jumlah jenis usaha dibidang perhebalan dan perjamuan di Kota Surakarta memang relatif tidak terlalu banyak. Namun demikian terbatasnya jumlah usaha tersebut tidak mengindikasikan minimnya minat masyarakat terhadap jamu dan minuman herbal.

Masyarakat Kota Surakarta, sebagaimana orang Jawa pada umumnya, biasanya tetap mempercayai jamu sebagai salah satu rahasia untuk menjaga dan mempertahankan kebugarannya. Alasan inilah yang membuat sebagian masyarakat tetap menikmati jamu dengan membelinya dari pedagang jamu gendong keliling. Demikian pula dengan wisatawan yang berkunjung ke Kota Surakarta yang menikmati jamu dari pedagang jamu gendong yang menggelar dagangannya di berbagai pasar tradisional.



**Gambar 4.10:** Reina Herbal di Kota Surakarta

Alternatif bentuk wisata kebugaran lain adalah pusat kesehatan non rumah sakit yang membuka layanannya di berbagai sudut di Kota Surakarta, misalnya klinik pengobatan alat vital, klinik wasir, dan sebagainya. Konsumen dari pusat pengobatan atau klinik alternatif semacam ini biasanya adalah orang-orang yang merasa “mentok” dalam berobat untuk mencari kesembuhan secara spiritual dan supranatural. Karenanya tempat yang memberikan layanan pengobatan alternatif akan tetap diminati oleh masyarakat meski teknologi pengobatan modern semakin berkembang.

**Tabel 4.7:** Pusat Kesehatan Alternatif di Kota Surakarta

| No | Nama Usaha                                     | Jenis Layanan                                                                            | Alamat                              |
|----|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. | Ki Gedhe Solo Pengobatan Alternatif Sejak 1985 | Patah Tulang •<br>Sangkal Putung •<br>Gurah • Keseleo •<br>Salah Urat • Saraf Terjepit • | Jl. Siwalan No.47A, Kerten, Laweyan |

| No | Nama Usaha                               | Jenis Layanan                                        | Alamat                                                                               |
|----|------------------------------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                          | Bungkuk • Stroke<br>• Dan Segala<br>Penyakit Lainnya |                                                                                      |
| 2. | Pengobatan Alternatif Pak<br>Joko Lelono |                                                      | Jl. Demak Bintoro III, Nusukan,<br>Banjarsari                                        |
| 3. | Pengobatan Alat Vital H.<br>Abdulazis    | Pengobatan<br>Vitalitas                              | Jl. Dr. Setiabudi Jl. Kutilang VI No.<br>24, Cinderjo Kidul, Gilingan,<br>Banjarsari |
| 4. | Klinik Wasir Sehat Asli<br>Alami Solo    |                                                      | Jl. Prameswari II No. 6, Kedung<br>Lumbu, Pasar Kliwon                               |

Sumber: <https://www.google.com/search?q=pengobatan+alternatif>, diakses 3/05/2023 10:22 WIB

Tabel di atas menyajikan data tentang pusat atau klinik pengobatan alternatif di Kota Surakarta. Dimana tempat pengobatan semacam ini biasanya menawarkan jasa layanan penyembuhan secara spiritual atau supranatural. Layanan semacam ini, meski secara medis seringkali sulit dipertanggungjawabkan, tetap diminati oleh sebagian masyarakat. Oleh sebab itu pusat atau klinik pengobatan alternatif tetap ada di Kota Surakarta meski jumlahnya relatif terbatas.

Rumah sakit pada dasarnya bukan salah satu bentuk wisata kebugaran. Alasannya, *wellness tourism* merupakan bentuk kegiatan kepariwisataan yang yang ditujukan untuk orang sehat, orang yang tidak sedang menderita satu penyakit tertentu, atau orang yang baru sembuh dari perawatan atas penyakit yang dideritanya. Namun demikian kajian ini tetap akan menyajikan data-data sarana dan prasarana kesehatan di Kota Surakarta. Hal ini mempertimbangkan kemungkinan ada rumah sakit yang menyediakan fasilitas wisata kebugaran sebagai salah satu layanan yang disediakannya.

**Tabel 4.8:** Rumah Sakit di Kota Surakarta

| No | Nama RS                                           | Alamat                                                    | Tipe/<br>Kepemilikan  | Jumlah<br>Bed (Unit) |
|----|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------------------|----------------------|
| 1. | RSUD Dr. Moewardi<br>Surakarta                    | Jl, Kol. Sutarto No. 132<br>Jebres                        | A/Pemprov<br>Jateng   | 842                  |
| 2. | RS. TNITk.III 04.07.02<br>Slamet Riyadi Surakarta | Jl. Slamet Riyadi No. 302<br>Penumping, Laweyan           | C/TNI                 | 107                  |
| 3. | RSUD Kota Surakarta                               | Jl. Lettu Sumarto No. 1<br>Ngipang, Kadipro<br>Surakarta  | C/Pemkot<br>Surakarta | 156                  |
| 4. | RSUD Bung Karno                                   | Jl. Sungai Serang I RT<br>03/RW 03, Mojo, Pasar<br>Kliwon | C/Pemkot<br>Surakarta | 100                  |
| 5. | RS Dr. Oen Kandang Sapi<br>Surakarta              | Jl, Brigjen Katamso No.<br>55 Tegalharjo, Jebres          | B/Swasta              | 280                  |
| 6. | RS Brayat Minulya                                 | Jl, Dr. Setiabudi No. 106                                 | C/Swasta              | 121                  |

| No  | Nama RS                       | Alamat                                                       | Tipe/<br>Kepemilikan | Jumlah<br>Bed (Unit) |
|-----|-------------------------------|--------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|
|     |                               | Gilingan, Banjarsari                                         |                      |                      |
| 7.  | RS Panti Waluyo               | Jl. A. Yani No. 1-2 Kerten, Laweyan                          | C Swasta             | 106                  |
| 8.  | RS Kasih Ibu                  | Jl. Slamet Riyadi No. 404 Purwosari, Laweyan                 | B/Swasta             | 204                  |
| 9.  | RS PKU Muhammadiyah Surakarta | Jl. Ronggowarsito No. 130 Timuran, Banjarsari                | B/Swasta             | 346                  |
| 10. | RSUI Kustati                  | Jl. Kapt Mulyadi No. 249 Pasar Kliwon                        | C/Swasta             | 180                  |
| 11. | RS Triharsi                   | Jl. Mongonsidi No. 82 RT 07/RW 11, Gilingan, Banjarsari      | D/Swasta             | 101                  |
| 12. | RS Hermina                    | Jl. Kol. Sutarto No. 16 RT 01/RW 01, Jebres                  | C/Swasta             | 125                  |
| 13. | RS PKU Muhammadiyah Sampangan | Jl. Cempaka XI Sampangan RT 02/RW 20, Semanggi, Pasar Kliwon | D/Swasta             | 50                   |
| 14. | RS JIH Surakarta              | Jl. Adi Sucipto No. 1118 RT 02/RW 07, Jajar, Laweyan         | C/Swasta             | 104                  |
| 15. | RSUP Surakarta                | Jl. Profissor Dr. Soeharso No. 28 Jajar, Laweyan             | C/Kemenkes           | 104                  |

*Sumber: Profil Kesehatan Kota Surakarta, 2021*

Kota Surakarta relatif cukup banyak mempunyai rumah sakit, baik yang dikelola oleh Kementerian Kesehatan, Tentara Nasional Indonesia (TNI), Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, Pemerintah Kota Surakarta, maupun swasta. Dimana, secara kuantitatif, jumlah rumah sakit swasta paling banyak, yaitu 10 unit (66.67%). Hal ini menunjukkan bahwa Kota Surakarta relatif cukup potensial untuk membuka dan menjalankan usaha layanan kesehatan sejalan dengan posisi daerah ini sebagai titik pusat Kawasan Aglomerasi Soloraya maupun Subosukawonosraten (Surakarta, Boyolali, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, dan Klaten).

Dari tipenya, rumah sakit di Kota Surakarta dapat digolongkan menjadi beberapa klasifikasi, yaitu rumah sakit tipe A, B, C, dan D. Menurut Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 3 Tahun 2020 tentang Klasifikasi dan Perizinan Rumah Sakit, Rumah sakit tipe A adalah rumah sakit kelas yang harus memiliki fasilitas dan kemampuan pelayanan medik paling sedikit 4 medik spesialis dasar, 5 spesialis penunjang medik, 12 medik spesialis lain, dan 13 medik sub spesialis. Selain itu rumah sakit tipe A harus mempunyai sarana dan prasarana serta peralatan sesuai standar yang ditetapkan oleh menteri.

Sementara rumah sakit tipe B adalah rumah sakit yang menyediakan fasilitas dan layanan medik 4 spesialis dasar, 4 spesialis penunjang medik, 8

spesialis lainnya, dan 2 subspesialis dasar. Rumah sakit tipe C merupakan rumah sakit yang menyediakan 4 layanan medik spesialis dasar dan 4 spesialis penunjang medik. Sedangkan rumah sakit tipe D adalah rumah sakit umum dengan sedikitnya 2 pelayanan medik spesialis dasar.



**Gambar 4.11:** RSUD Dr. Moewardi Kota Surakarta

Kota Surakarta, selain mempunyai rumah sakit umum, juga mempunyai rumah sakit khusus. Dimana rumah sakit khusus adalah rumah sakit yang memberikan pelayanan utama pada satu bidang atau satu jenis penyakit tertentu berdasarkan disiplin ilmu, golongan umur, organ, jenis penyakit, atau kekhususan lainnya. Selain menyediakan pelayanan khusus, Rumah Sakit khusus juga dapat menyelenggarakan pelayanan lain diluar kekhususannya yang terdiri dari pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan kegawatdaruratan.

**Tabel 4.9:** Rumah Sakit Khusus di Kota Surakarta

| No | Nama RS                                           | Alamat                                                         | Tipe/<br>Kepemilikan | Jumlah<br>Tempat<br>Tidur |
|----|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------|---------------------------|
| 1. | RS Jiwa Daerah<br>Dr. Arif Zainuddin<br>Surakarta | Jl, KH. Dewantara No. 80<br>Ketingan, Jebres                   | A/Pemprov<br>Jateng  | 340                       |
| 2. | RS Gigi Mulut<br>Soelastrri<br>Surakarta          | Jl, Brigjen Slamet Riyadi<br>No. 366 Penumping,<br>Laweyan     | C/Swasta             | 7                         |
| 3. | RS Onkologi Solo                                  | Jl. Siwalan No. 37 RT<br>02/RW 14, Kerten,<br>Laweyan          | C/Swasta             | 25                        |
| 4. | RS Mata Solo                                      | Jl, Adi Sucipto No. 169<br>RT 03/RW 08,<br>Karangasem, Laweyan | C/Swasta             | 25                        |

*Sumber: Profil Kesehatan Kota Surakarta, 2021*

Menurut buku Profil Kesehatan Kota Surakarta Tahun 2021 yang diterbitkan oleh Dinas Kesehatan Kota Surakarta ada empat unit rumah sakit khusus yang beroperasi di daerah tersebut, yang masing-masing memberikan layanan tertentu dibidang jiwa, gigi dan mulut, onkologi, serta mata. Lembaga penyelenggara layanan kesehatan yang dikelola oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan swasta ini dikategorikan sebagai rumah sakit tipe A dan rumah sakit tipe C.



**Gambar 4.112:** RSGM Soelastri Kota Surakarta

Rumah sakit khusus sebenarnya juga bukan bentuk wisata kebugaran sejalan dengan konsep *wellness tourism* yang ditujukan untuk orang sehat, orang yang tidak sedang menderita satu penyakit tertentu, atau orang yang baru sembuh dari perawatan atas penyakit yang dideritanya. Namun kajian ini tetap akan menyajikan data-data rumah sakit khusus di Kota Surakarta. Hal ini mempertimbangkan kemungkinan ada rumah sakit yang menyediakan fasilitas wisata kebugaran sebagai salah satu layanan yang disediakan.

Fasilitas kebugaran lain yang akan dianalisis dalam kajian ini adalah sarana dan prasarana olahraga, khususnya *fitness center* dan *yoga*. *Fitness center* di Kota Surakarta biasanya disediakan oleh hotel bintang sebagai salah satu fasilitas untuk para tamunya. Selain itu di Kota Surakarta juga ada beberapa pusat olahraga kebugaran yang dikategorikan sebagai *fitness center* yang dibuka diluar hotel bintang.

**Tabel 4.10:** Fitness Center dan Studio Yoga di Kota Surakarta

| No | Nama Lapangan/GOR      | Klasifikasi    | Alamat                                       |
|----|------------------------|----------------|----------------------------------------------|
| 1. | RPM Body Fitness Solo  | Fitness Center | Jl. R. M. Said No. 254, Manahan, Banjarsari  |
| 2. | Celebrity Fitness Solo | Fitness Center | Jl. R. M. Said No. 254, Manahan, Banjarsari, |
| 3. | Asia Fitness           | Fitness Center | Jl. Sutan Syahrir No. 68,                    |

| No  | Nama Lapangan/GOR                                | Klasifikasi                 | Alamat                                                                 |
|-----|--------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                  |                             | Kepatihan Kulon, Jebres                                                |
| 4.  | Moses Gym                                        | Fitness Center              | alan Reksoniten No. 29, Gajahan, Pasar Kliwon, Baluwarti, Pasar Kliwon |
| 5.  | Thunder Fitness                                  | Fitness Center              | Jl. Komodo Raya No. 7, Kampung Baru, Pasar Kliwon                      |
| 6.  | Global Fitnes                                    | Fitness Center              | Jl. Dr. Rajiman No. 238, Kemlayan, Serengan                            |
| 7.  | Alila Hotel                                      | Hotel dengan Fitness Center | Jl. Slamet Riyadi No. 562, Jajar, Laweyan                              |
| 8.  | Harris Hotel & Conventions                       | Hotel dengan Fitness Center | Jl. Slamet Riyadi No.4 64, Purwosari, Laweyan                          |
| 9.  | Swiss-Belhotel Solo                              | Hotel dengan Fitness Center | Jl. Ahmad Yani No. 45, Gilingan, Banjarsari                            |
| 10. | The Royal Surakarta Heritage-Mgallery Collection | Hotel dengan Fitness Center | Jl. Slamet Riyadi No.6, Kampung Baru, Pasar Kliwon                     |
| 11. | Swiss-Belinn Saripetojo                          | Hotel dengan Fitness Center | Jl. Slamet Riyadi No. 437, Sondakan, Laweyan                           |
| 12. | Mahalaya The Legacy Hotel                        | Hotel dengan Fitness Center | Jl. Letjen S. Parman No. 32, Setabelan, Banjarsari                     |
| 13. | The Sunan Hotel Solo                             | Hotel dengan Fitness Center | Jl. Ahmad Yani No. 40, Laweyan                                         |
| 14. | Novotel Solo                                     | Hotel dengan Fitness Center | Jl. Slamet Riyadi 272                                                  |
| 15. | Aston Solo Hotel                                 | Hotel dengan Fitness Center | Jl. Slamet Riyadi No. 373, Sondakan, Laweyan                           |
| 16. | Ibis Styles Solo                                 | Hotel dengan Fitness Center | Jl. Gajahmada No. 23, Timuran, Banjarsari                              |
| 17. | Hotel Sahid Jaya Solo                            | Hotel dengan Fitness Center | Jl. Gajah Mada No. 82 Ketelan, Banjarsari                              |
| 18. | Yoganep                                          | Studio Yoga                 | Griya Wongganep Jl. Halmahera, Setabelan, Banjarsari                   |
| 19. | Diva Yoga                                        | Studio Yoga                 | Jl. Dempo Barat No. 35, RT 04/RW 14, Mojosongo, Jebres                 |
| 20. | Body & Mind                                      | Studio Yoga                 | Jl. RM. Said No. 156 Punggawan, Banjarsari.                            |
| 21. | Life Yoga                                        | Studio Yoga                 | Jl. Moh. Yamin 92A                                                     |

*Sumber: Dari berbagai sumber, 2023.*

Tabel di atas menyajikan data mengenai pusat olahraga kebugaran yang diselenggarakan di Kota Surakarta, baik *fitness center* maupun studio yoga. Pada umumnya hampir semua hotel bintang menyediakan sarana dan

prasarana *fitness center* sebagai salah satu fasilitas yang disediakan untuk para tamunya. Namun fasilitas tambahan di hotel bintang seperti ini biasanya tanpa dilengkapi dengan instruktur yang mengarahkan dan mendampingi tamu dalam melaksanakan olahraga kebugarannya.

Hal tersebut berbeda dengan *fitness center* yang diselenggarakan diluar hotel bintang. Pusat olahraga kebugaran ini biasanya dilengkapi dengan instruktur yang akan mengarahkan dan mendampingi para pengunjung dalam berolahraga kebugaran. Oleh sebab itu memang ada perbedaan mendasar antara tamu hotel dan masyarakat dalam berolahraga kebugaran ini. Dimana tamu hotel biasanya hanya sekedar mengisi waktu saat memanfaatkan fasilitas *fitness center* yang tersedia. Sementara masyarakat ingin menjaga kebugaran sekaligus membentuk tubuhnya saat berolahraga di *fitness center*.



**Gambar 4.11:** Fasilitas *Fitness Center* The Sunan Hotel di Kota Surakarta

Olahraga kebugaran lainnya yang menjadi obyek kajian ini adalah yoga. Pada dasarnya yoga adalah jenis olahraga yang bertujuan untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan tubuh, dengan melibatkan aktivitas fisik, latihan pernapasan, teknik relaksasi, dan latihan meditasi. Olahraga ini semakin diminati oleh masyarakat yang ingin menjaga dan meningkatkan kebugarannya tanpa banyak berkatufitas secara fisik namun lebih condong pada pengendalian nafas, konsentrasi pikiran, dan pengendalian diri.



**Gambar 4.11:** Kegiatan di Yoganep Kota Surakarta

## BAB V

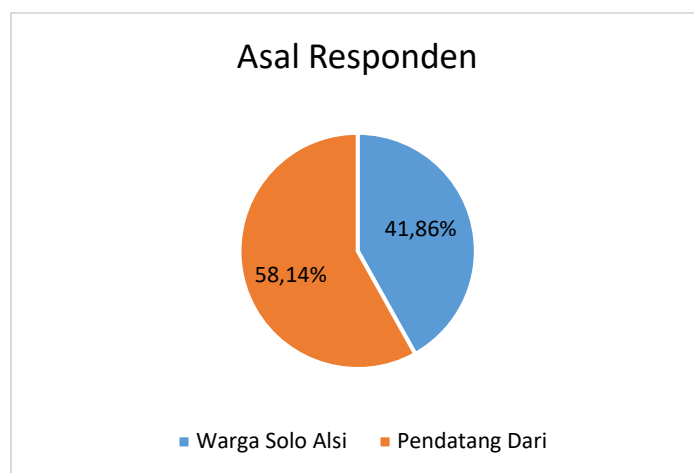
### EKSPLORASI PERSEPSI WARGA SURAKARTA

Pada bagian ini dibahas mengenai persepsi warga Surakarta terhadap aset-aset *wellnes tourism* yang nantinya akan menjadi modal dalam pengembangan kota Solo sebagai kota *Wellness tourism*. Pembahasan akan dibagi dalam 2 bagian, yaitu profil responden, untuk mengungkapkan latar belakang para responden, agar apa yang menjadi persepsi dalam penelitian ini diberikan oleh pihak-pihak yang memahami kota solo. Bagian kedua terkait dengan persepsi warga terhadap *wellness tourism* dan daya tarik yang dimiliki kota Solo. Hal ini penting untuk memahami pandangan mereka yang tentu saja memiliki dasar dan latar belakang sosial budaya Solo.

#### 5.1 PROFIL RESPONDEN

##### 1. Asal Responden

Gambar di bawah ini menunjukkan bahwa para responden tidak sepenuhnya berasal dari kota Solo.

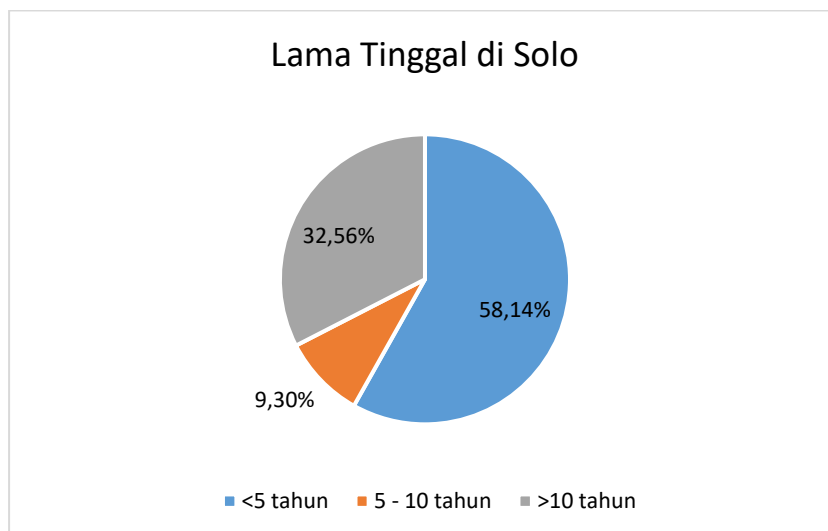


Sumber: *Form Isian Kuesioner, diolah*

**Gambar 5.1. Asal Responden**

Dari hasil survei diketahui bahwa asal responden sebagian besar yaitu sebesar 58,14% adalah pendatang sedangkan asli warga Solo sebesar 41,86%. Adapun responden yang berasal dari luar solo ternyata juga berasal dari berbagai daerah yang tidak jauh dari Kota Solo antara lain Kabupaten Sragen, Karanganyar, Boyolali, Sukoharjo, Klaten, Yogyakarta. asal mereka secara umum bukan dari kota atau daerah yang terlalu jauh dari kota Solo. Dapat diasumsikan bahwa mereka juga/masih memiliki dan memahami beragam budaya atau nilai-nilai kota Solo. Sehingga diharapkan bisa memberi respon yang sesuai dengan harapan dari kajian ini.

Adapun gambar di bawah menunjukkan bahwa para pendatang tersebut rata-rata baru menetap di kota Solo kurang dari 5 tahun sebesar 58,14%, sedangkan yang menetap lebih dari 10 tahun sebesar 32,56% dan menetap antara 5-10 tahun sebesar 9,30%. Meskipun demikian, pembahasan di bagian persepsi nantinya tetap menunjukkan bahwa mereka sudah cukup memahami beragam aset daya tarik wisata yang terkait dengan kajian ini.

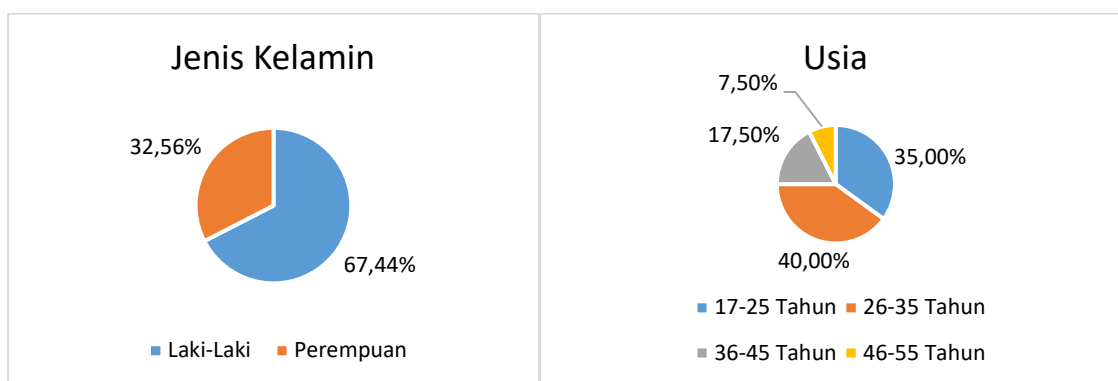


Sumber: Form Isian Kuesioner, diolah

**Gambar 5.2. Lama Tinggal di Solo Bagi Warga Pendatang**

## 2. Jenis Kelamin, Usia dan Pendidikan Terakhir Responden

Gambar di bawah menunjukkan data jenis kelamin para responden yang bersedia terlibat dalam kajian ini, dimana 67% diantaranya adalah laki-laki dengan mayoritas berada dalam kelompok usia 17 – 35 tahun (dalam tabulasi silang) sebagai kelompok usia produktif yang masih mempunyai banyak keinginan dan harapan, termasuk diantaranya adalah kebutuhan untuk mencoba beragam kepariwisataan.



Sumber: Form Isian Kuesioner, diolah

**Gambar 5.3. Jenis Kelamin dan Usia Responden**

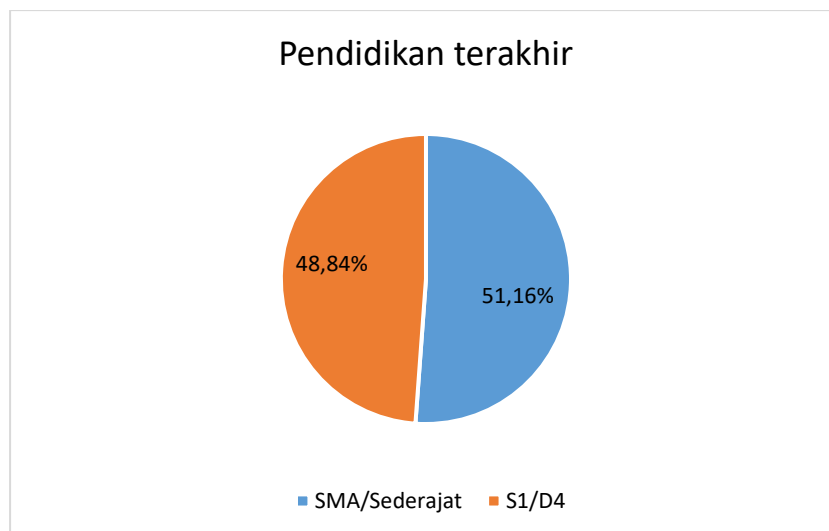
**Tabel 5.1**

**Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dengan Usia**

| Jenis Kelamin | Usia (tahun) |       |       |       |     | Total |
|---------------|--------------|-------|-------|-------|-----|-------|
|               | 17-25        | 26-35 | 36-45 | 46-55 | >55 |       |
| Laki-Laki     | 5            | 15    | 6     | 2     | 1   | 29    |
| Perempuan     | 9            | 1     | 1     | 1     | 2   | 14    |
| <b>Total</b>  | 14           | 16    | 7     | 3     | 3   | 43    |

Sumber: Form Isian Kuesioner, diolah

Terkait dengan kepariwisataan, mayoritas responden adalah mereka yang dikategorikan sebagai generasi Milenial (saat ini berusia 24-39 tahun), yang rata-rata wisatawan milenial lebih mencari pengalaman wisata unik, baru, otentik, dan personal. Salah satu alasannya adalah untuk membuat mereka berbeda dari rekan-rekannya. (<https://travel.kompas.com/read/2017/12/18/193326627/memahami-selera-wisatawan-milenial?page=all>). Karakter mereka tercermin dalam seluruh tanggapan/persepsi terkait dengan potensi wisata wellness di Solo. Argumentasi mengapa penting memahami generasi milenial (dan kedepan adalah generasi Z) adalah perencanaan ini bersifat dan berlaku untuk masa depan, dimana generasi inilah yang masuk dalam konsep “Bonus Demografi” negara ini.



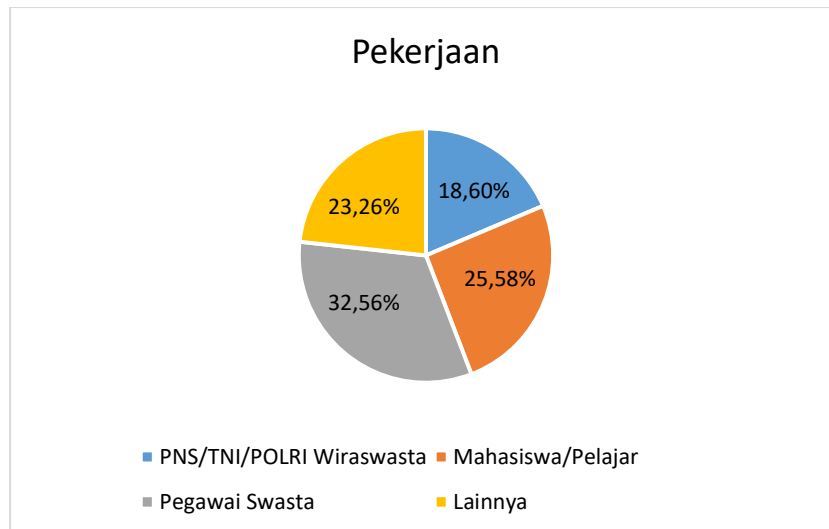
Sumber: Form Isian Kuesioner, diolah

**Gambar 5.4. Pendidikan Terakhir Responden**

Gambar di atas menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki latar belakang yang memadai untuk mengambil keputusan dan memberi pendapat dengan dasar pemikiran yang cukup rasional. Diperkuat dengan latar belakang pekerjaan mereka yang nampaknya cukup memadai dalam menjawab kebutuhan berwisata.

### 3. Jenis Pekerjaan dan Rata-rata Penghasilan

Jenis pekerjaan secara umum yaitu PNS/TNI/POLRI Wiraswasta, Pegawai Swasta, Mahasiswa/Pelajar dan Lainnya.



Sumber: *Form Isian Kuesioner, diolah*  
**Gambar 5.5. Pekerjaan Responden**

Tabel di bawah ini secara khusus menguraikan beragam pekerjaan dalam kategori “Lainnya” dalam gambar di atas.

| PEKERJAAN        | Frekuensi | PEKERJAAN      | Frekuensi |
|------------------|-----------|----------------|-----------|
| Guru             | 3         | Pedagang pasar | 1         |
| Ibu rumah tangga | 1         | Satpam         | 1         |
| Jual gas 3kg     | 1         | Wiraswasta     | 2         |
| Jualan makanan   | 1         | Karyawan       | 1         |
| Jualan soto      | 1         | Ojol           | 5         |
|                  |           | Pedagang       | 1         |

Gambar di bawah menunjukkan beragam informasi tentang penghasilan responden. Hanya 6,98% dari responden yang menjawab belum memiliki penghasilan, sedangkan yang berpenghasilan sebesar 95,02%, dan lebih dari 50% menjawab memiliki penghasilan lebih dari Rp. 500.000,-.



Sumber: Form Isian Kuesioner, diolah

**Gambar 5.1. Penghasilan Per Bulan Responden**

**Tabel 5.2 Tabulasi Silang antara Jenis Pekerjaan dengan Usia**

| Jenis Pekerjaan       | Belum    | < 500.000 | 500.000 – 1.500.0 | 1.500.000 – 3.000.000 | 3.000.000 – 5.000.000 | > 5.000.000 | Jumlah    |
|-----------------------|----------|-----------|-------------------|-----------------------|-----------------------|-------------|-----------|
| PNS/TNI/POLRI         | 0        | 0         | 0                 | 0                     | 1                     | 0           | 1         |
| Mahasiswa/<br>Pelajar | 9        | 0         | 1                 | 1                     | 0                     | 0           | 11        |
| Pegawai Swasta        | 0        | 1         | 2                 | 8                     | 0                     | 1           | 12        |
| Guru                  | 0        | 0         | 0                 | 1                     | 0                     | 0           | 1         |
| Guru paud             | 0        | 0         | 1                 | 0                     | 0                     | 0           | 1         |
| Guru sd               | 0        | 0         | 1                 | 0                     | 0                     | 0           | 1         |
| Ibu rumah<br>tangga   | 0        | 0         | 0                 | 0                     | 1                     | 0           | 1         |
| Jual gas 3kg          | 0        | 1         | 0                 | 0                     | 0                     | 0           | 1         |
| Jualan makanan        | 0        | 0         | 0                 | 1                     | 0                     | 0           | 1         |
| Jualan soto           | 0        | 0         | 0                 | 1                     | 0                     | 0           | 1         |
| Karyawan              | 0        | 0         | 1                 | 0                     | 0                     | 0           | 1         |
| Karyawan<br>swasta    | 0        | 0         | 0                 | 1                     | 0                     | 0           | 1         |
| Ojol                  | 0        | 0         | 5                 | 0                     | 0                     | 0           | 5         |
| Pedagang              | 0        | 0         | 0                 | 0                     | 1                     | 0           | 1         |
| Pedagang pasar        | 0        | 0         | 0                 | 1                     | 0                     | 0           | 1         |
| Satpam                | 0        | 0         | 0                 | 1                     | 0                     | 0           | 1         |
| Wiraswasta            | 0        | 0         | 1                 | 1                     | 0                     | 0           | 2         |
| <b>Jumlah</b>         | <b>9</b> | <b>2</b>  | <b>12</b>         | <b>16</b>             | <b>3</b>              | <b>1</b>    | <b>43</b> |

Sumber: Form Isian Kuesioner, diolah

Tabulasi silang di atas menunjukkan pada pekerjaan dan rata-rata pendapatan Perbulan para responden penelitian ini.

Dengan data profil di atas setidaknya dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam menentukan kategori kepariwisataan yang tepat untuk dikembangkan di Solo, terutama sekali terkait dengan karakteristik responden yang dominan masuk dalam kelompok Generasi Milenial.

## 5.2 TANGGAPAN RESPONDEN

Pada bagian ini digali beragam persepsi yang terkait dengan kajian ini.

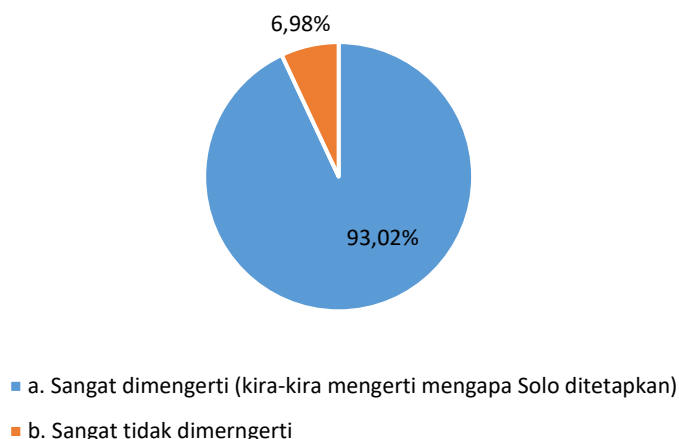
Survei mengungkapkan bahwa 77% responden belum pernah mendengar istilah *wellness tourism*. Hal ini bisa jadi konsep ini memang baru mulai bergaung di Indonesia akhir 2021, pada saat pandemi di harus dihadapi dengan bentuk baru dalam industri wisata. Sementara pemerintah sendiri baru mulai bergerak mengembangkan *wellness tourism* di pertengahan 2022.



Sumber: Form Isian Kuesioner, diolah

Meski demikian, ketika ditanya apakah penetapan dari pemerintah (Kementerian Parekraf) tentang kota Solo menjadi Kota Destinasi (kota tujuan wisata) *Wellness Tourism* sebagai hal sangat dipahami, ternyata 93% responden mengerti/memahami hal tersebut. Artinya, para responden menghargai apa yang diputuskan oleh pemerintah. Hal ini sangat penting, dan menjadi semacam dukungan para responden terhadap keputusan itu, yang tentunya akan menjadi tantangan pemerintah kota setempat untuk menindaklanjutinya.

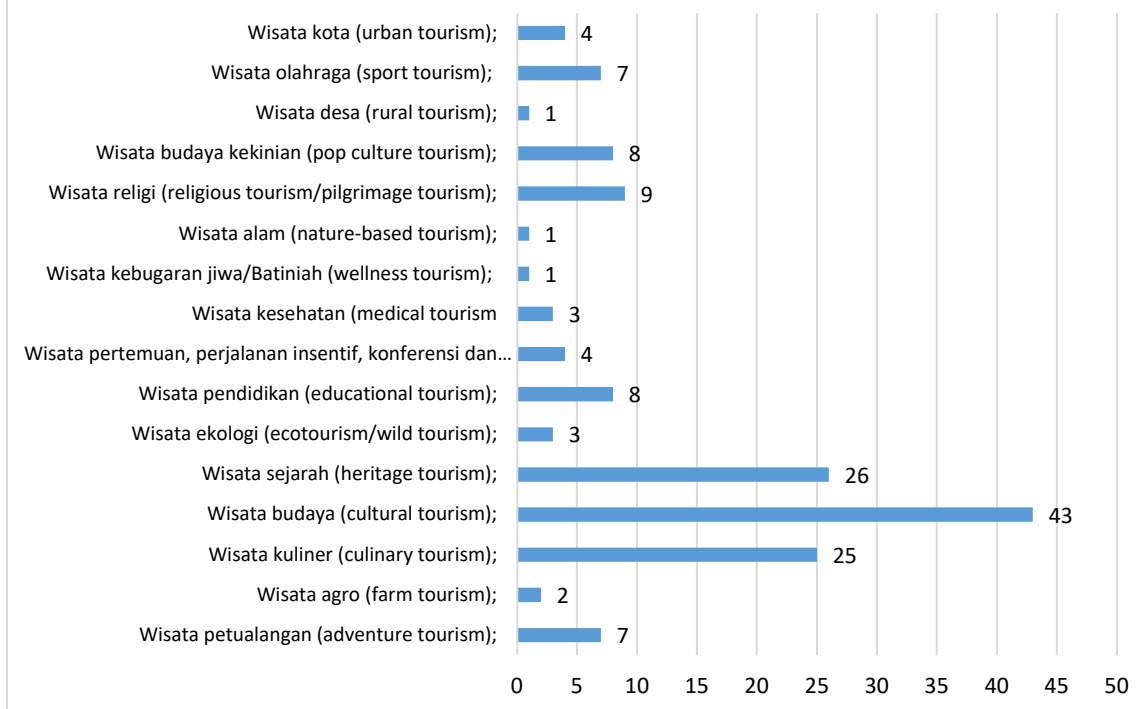
### 11. Menurut anda, apakah itu menjadi hal yang



Sumber: Form Isian Kuesioner, diolah

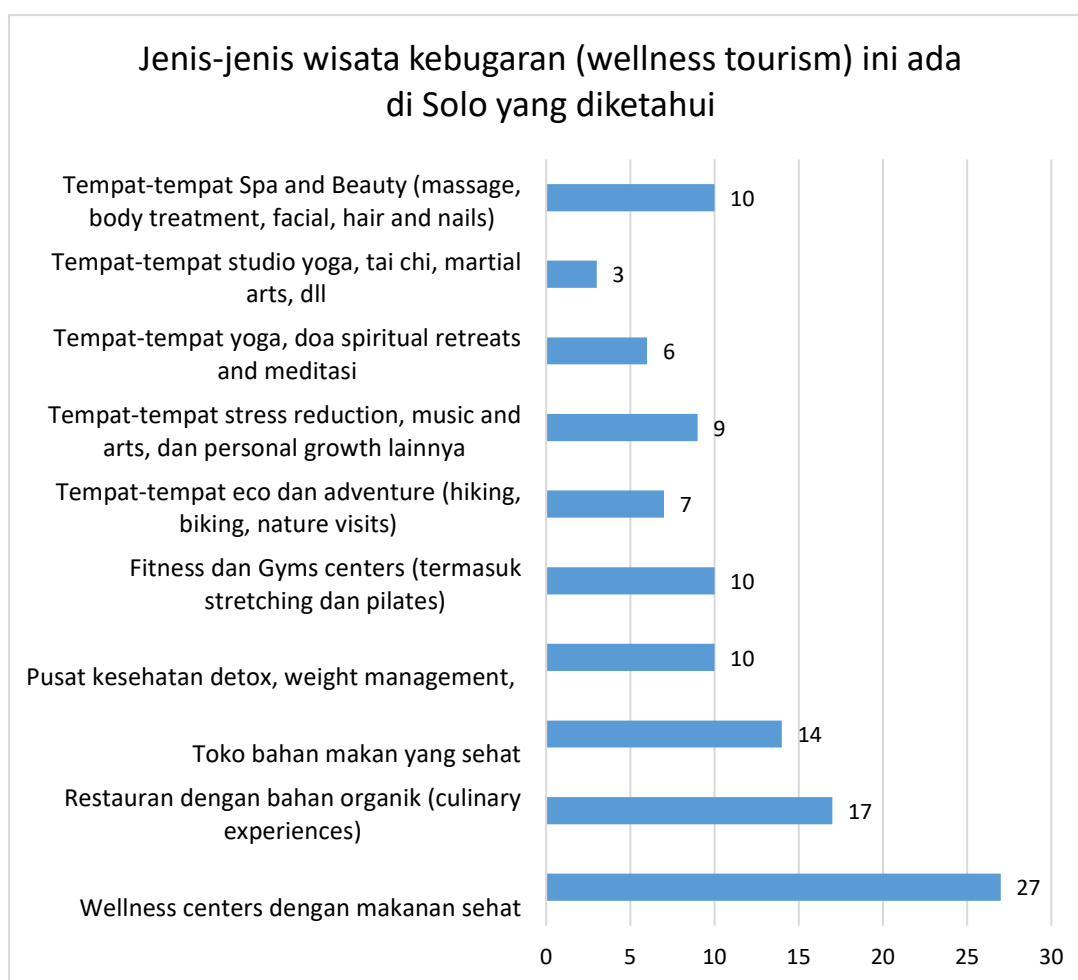
Pada saat responden diminta untuk menyebutkan daya tarik wisata yang mereka pahami ada di kota Solo, jawaban responden disajikan dalam gambar di bawah ini. Sesuai dengan jawaban bahwa mereka belum mengetahui tentang *wellness tourism*, maka nampak dalam gambar di bawah, bahwa hanya 1 responden yang berpendapat bahwa kota Solo memiliki daya tarik wisata kebugaran (*wellness tourism*).

### Kota Solo memiliki modal aset/daya tarik wisata



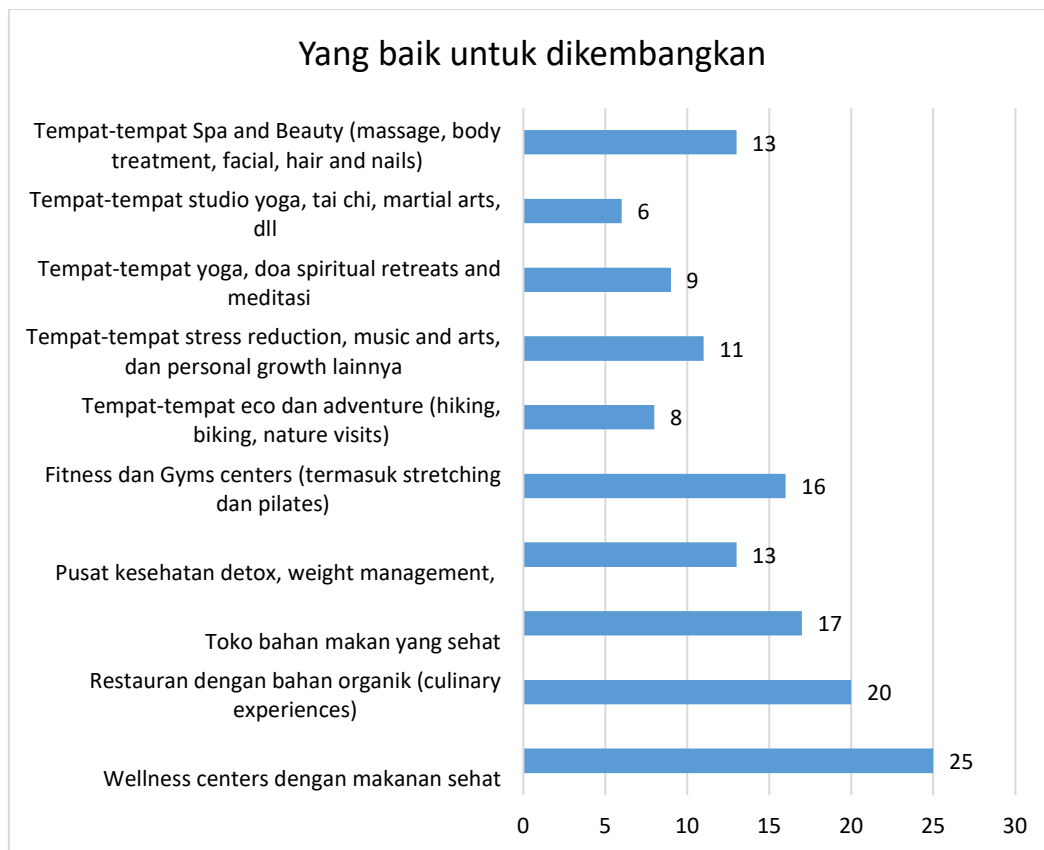
Sumber: Form Isian Kuesioner, diolah

Nampak dari gambar di atas bahwa dalam benak responden, kota Solo masih dominan dengan data tarik wisata budaya, sejarah dan kuliner (3 besar di sebutkan). Kelompok besar disebutkan ke dua adalah wisata pendidikan, wisata kekinian, petualangan, dan olah raga. *Awareness*/kesadaran terhadap aset wisata tersebut merupakan modal yang kuat untuk menciptakan *city branding* kota Solo. Hal ini lebih lanjut digali dengan pertanyaan tentang jenis wisata kebugaran yang mereka tau ada di kota Solo, maka responden bisa menyebutkan seperti nampak dalam gambar di bawah ini.



*Sumber: Form Isian Kuesioner, diolah*

Menarik sekali, bahwa pada dasarnya para responden sangat menguasai jenis-jenis produk/layanan kebugaran yang ada di kota Solo. Nampak bahwa dalam benak responden, kebugaran terkait dengan tempat-tempat makanan sehat, makanan berbahan organik, toko makanan berbahan sehat, serta tempat kebugaran yang bersifat fisik. Pemahaman responden terhadap aset tersebut diharapkan kelak akan mempermudah di dalam pemerintah kota merancang *city branding wellness tourism*.



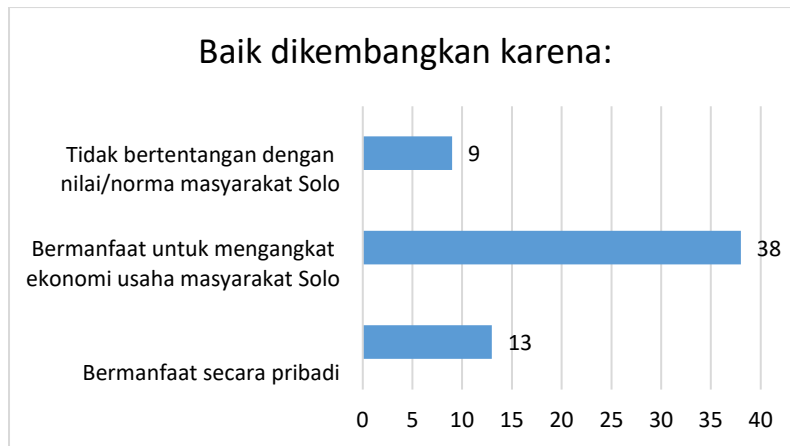
*Sumber: Form Isian Kuesioner, diolah*

Gambar di atas menunjukkan tanggapan responden terkait daya tarik *wellness tourism* mana yang sebaiknya dikembangkan. Menyebutkan tanggapan-tanggapan secara berurutan, maka dapat disebutkan:

1. *Wellness centers* dengan makanan sehat
2. *Restautan* dengan bahan organik (*culinary experiences*)
3. Toko bahan makan yang sehat
4. *Fitness* dan *Gyms centers* (termasuk strctching dan pilates)
5. Tempat-tempat *Spa and Beauty* (*massage, body treatment, facial, hair and nails*) dan Pusat kesehatan *detox, weight management*

Nampaknya responden menyadari bahwa pengembangan daya tarik wisata yang memang sudah ada di daerahnya menjadi hal yang penting dan harus dilakukan utamanya untuk mengangkat ekonomi usaha masyarakat Solo, tidak muncul hal-hal yang terkait dengan bertentangan dengan aspek atau nilai-nilai sosial budaya dalam masyarakat.

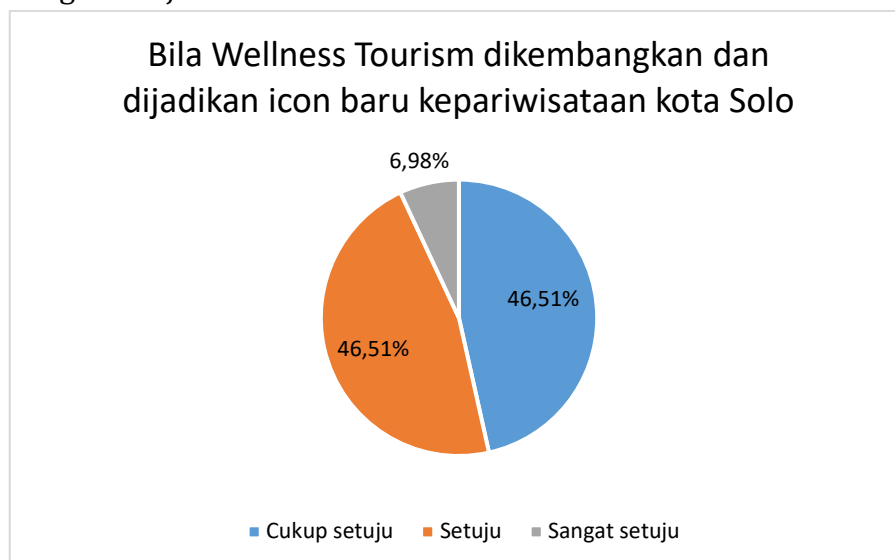
Responden lebih mengutamakan bahwa pengembangan kepariwisataan lebih bisa bermanfaat untuk mengangkat perekonomian kota.



*Sumber: Form Isian Kuesioner, diolah*

Lebih lanjut, ketika diperjelas dengan pertanyaan: Menurut anda, bila Wellness Tourism (wisata kebugaran seperti dalam pertanyaan nomer 14), dikembangkan dan dijadikan ikon baru kepariwisataan kota Solo, Anda akan:

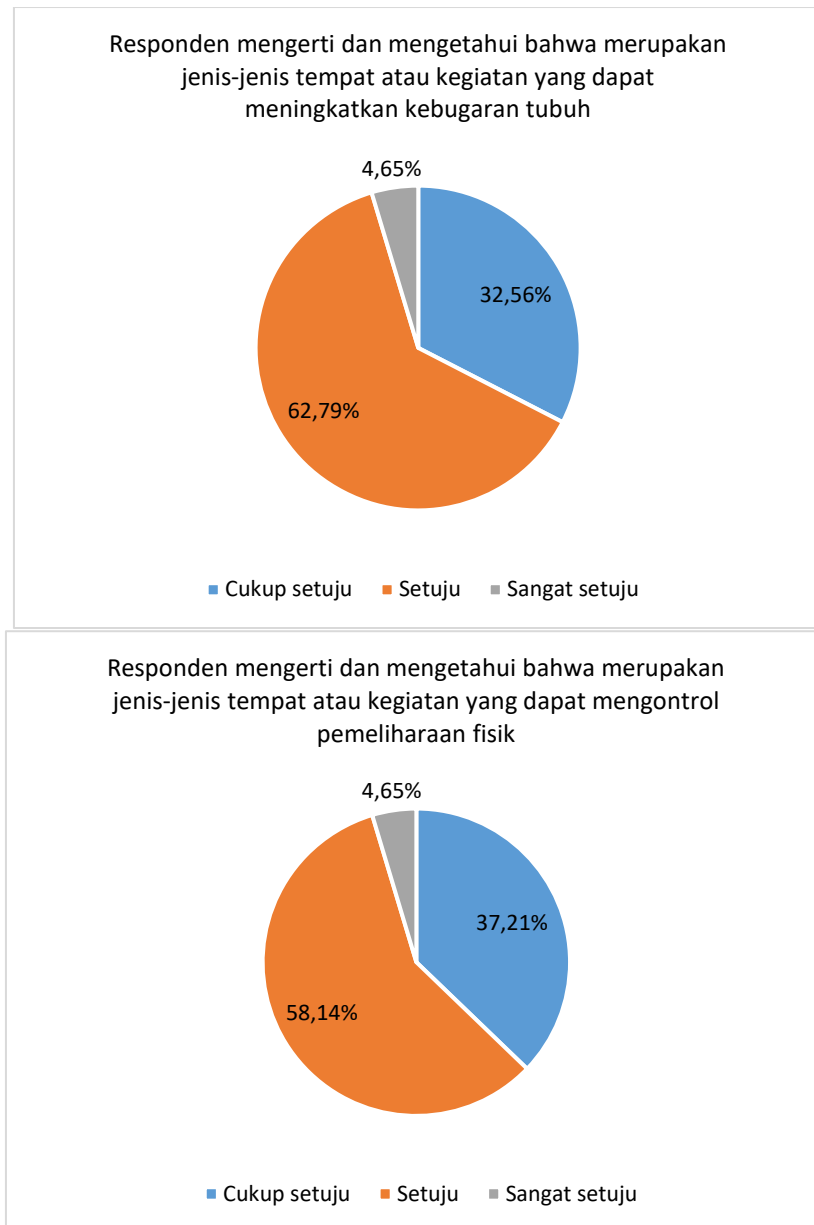
- a. Sangat tidak setuju
- b. Tidak setuju
- c. Cukup setuju
- d. Setuju
- e. Sangat setuju



*Sumber: Form Isian Kuesioner, diolah*

Ternyata tidak ada satu responden pun yang memilih tidak setuju atau sangat tidak setuju. Lebih dari 90% responden setuju dengan rencana pengembangan kota Solo menjadi kota *Wellnes tourism*, seturut dengan penetapan Kemenparekraf. Hal kemungkinan besar berangkat dari pemahaman responden terkait dengan banyak dan beragamnya usaha kebugaran di kota Solo yang bila dikembangkan akan bermanfaat secara ekonomi bagi kota Solo.

Hal tersebut juga di kuatkan bahwa para responden akhirnya mengerti dan mengetahui bahwa *wellness tourism* merupakan jenis-jenis tempat atau kegiatan yang bermanfaat untuk meningkatkan kebugaran tubuh serta bermanfaat untuk mengontrol/pemeliharaan fisik manusia



Sumber: Form Isian Kuesioner, diolah

Selain itu, nampaknya para responden juga memahami bahwa *wellness tourism* juga yang dapat meningkatkan dan mengarahkan gaya hidup yang lebih sehat .



### 5.3 PEMBAHASAN

Keseluruhan analisis data di atas dapat digunakan untuk menarik kesimpulan terkait dengan profil dan karakter para responden yang dikaitkan dengan bagaimana mereka menanggapi rencana pemerintah tentang *wellness tourism*.

1. Responden yang bersedia menanggapi kuesioner yang disebarluaskan merupakan responden dalam generasi milenial yang memiliki karakter berwisata suka mencari pengalaman wisata unik, baru, otentik, dan personal.



2. Kebijakan yang akan dibuat terkait dengan studi ini sangat berorientasi masa depan, di mana dunia sedang sangat mengembangkan *wellness tourism*, untuk kepentingan kebugaran generasi masa depan (milenial dan Gen-Z) sebagai generasi bonus demografi dalam pembangunan negara.
3. Pilihan-pilihan utama responden adalah *wellness tourism* berbasis data tarik wisata budaya, sejarah, kuliner/restautan dengan bahan organik (*culinary experiences*), Toko bahan makan yang sehat serta *Fitness* dan *Gyms centers*
4. Tidak ada ungkapan/kendala/keberatan yang terkait dengan sosial budaya. Hal ini sangat terkait dengan karakter generasi milenial dan Gen-Z yang cenderung tidak terlalu fokus pada pertimbangan-pertimbangan tersebut didalam kinerja mereka, namun benar-benar berfokus pada kemanfaatan ekonomi.
5. Responden memberi tanggapan yang baik terhadap rencana pengembangan *wellness tourism* di kota Solo, terutama demi kemanfaatan mengangkat ekonomi kota Solo dan tentu saja bagi keberlangsungan bisnis-bisnis *wellnes tourism* (kebugaran jiwa dan raga) yang sudah banyak di kota Solo.

## BAB VI

### ROADMAP WELLNESS TOURISM

#### KOTA SURAKARTA

##### 6.1 STRATEGI WELLNESS TOURISM

Identifikasi terhadap variabel kesuksesan kunci (*key succes variable*) pengembangan *wellness tourism* di Kota Surakarta dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dan analisis TOWS. Analisis SWOT pada dasarnya dilakukan dengan mengidentifikasi dan mencermati kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan tantangan atau ancaman (*threats*) pengembangan *wellness tourism* di Kota Surakarta.

Selanjutnya, hasil analisis SWOT, digunakan sebagai dasar untuk merumuskan empat strategi utama pengembangan *wellness tourism* di Kota Surakarta, yaitu (1) **strategi S-O**, yakni strategi yang menggunakan kekuatan untuk mencapai atau meraih peluang, (2) **strategi W-O**, yakni strategi untuk menekan kelemahan untuk meraih peluang, (3) **strategi S-T**, yakni strategi yang menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman, dan (4) **strategi W-T**, yakni strategi menekan kelemahan untuk menghadapi atau menaklukkan ancaman. Dimana langkah berikutnya yang akan dilakukan dalam kajian ini adalah menentukan variabel kesuksesan kunci pengembangan *wellness tourism* di Kota Surakarta.

**Tabel 6.1:** Analisis SWOT *Wellness Tourism* Kota Surakarta

| Kekuatan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Kelemahan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Kota Surakarta mempunyai berbagai jenis kategori obyek wisata, mulai dari obyek wisata buatan, obyek wisata alam, sampai dengan obyek wisata budaya, yang ikonik, tersebar di berbagai kawasan, dan relatif mudah untuk diakses.</li> <li>Kota Surakarta dikenal sebagai daerah yang masyarakatnya memegang teguh nilai adat dan budaya yang mengedepankan dan menjunjung tinggi sopan santun, tata tentrem, tepa salira, tata krama, guyup rukun, dan gotong royong.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Kota Surakarta belum mempunyai payung hukum, baik yang berupa Peraturan Daerah maupun Peraturan Walikota, yang dapat digunakan untuk memastikan bahwa keberadaan, pengembangan dan pengelolaan <i>wellness tourism</i> tidak bertentangan dengan nilai adat dan budaya setempat.</li> <li>Kota Surakarta belum mempunyai daya tarik <i>wellness</i> yang unik dan bisa menjadi <i>branding</i> daerah ini sebagai <i>wellness city</i> yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, berkunjung kembali, dan mengenalkan Kota Surakarta sebagai destinasi kebugaran kepada orang lain.</li> </ul> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Kota Surakarta ditetapkan sebagai destinasi wisata kebugaran bidang jamu tradisional dan aroma terapi sejalan dengan kekayaan resep warisan leluhur yang dimiliki masyarakat, meski Kota Surakarta tidak dikenal sebagai penghasil bahan baku untuk jamu tradisional dan aroma terapi.</li> </ul> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Peluang                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Tantangan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Kota Surakarta merupakan bagian tidak terpisahkan dengan kawasan aglomerasi Soloraya karena relatif menyatu dengan wilayah di sekitarnya, khususnya Kabupaten Boyolali, Kabupaten Sragen, Kabupaten Karanganyar, dan Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Klaten, dan Kabupaten Wonogiri yang mempunyai berbagai macam obyek wisata.</li> <li>Kota Surakarta mempunyai infrastruktur pendukung turisme yang cukup komprehensif, mulai dari hotel, restoran, perbankan, kawasan perdagangan modern dan tradisional, telekomunikasi, sampai dengan rumah sakit dan fasilitas kesehatan lainnya.</li> <li>Kota Surakarta telah ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) sebagai salah satu kota percontohan Kota Kebugaran (<i>Wellness City</i>) dan Wisata Kebugaran (<i>Wellness Tourism</i>) di Indonesia.</li> <li>Kota Surakarta mempunyai berbagai jenis bentuk layanan wisata yang dikelola oleh masyarakat yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai <i>backbone</i> dari <i>wellness tourism</i>, seperti spa, message, dan refleksi, restoran organik dan makanan sehat, <i>fitness center</i> dan studio yoga, dan sebagainya.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Masyarakat masih mempunyai pemahaman terbatas terhadap <i>wellness tourism</i>, bahkan cenderung memaknainya secara negatif, khususnya terhadap wisata kebugaran yang memberikan layanan spa, message, dan refleksi.</li> <li></li> </ul>                                                         |

Sumber: Data primer diolah, 2023.

Tabel di atas merupakan hasil analisis SWOT yang berusaha mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapi Pemerintah Kota Surakarta dalam menyusun strategi pengembangan *wellness tourism* di Kota Surakarta. Hasil analisis SWOT ini selanjutnya akan digunakan sebagai dasar untuk menyusun analisis TOWS, yaitu mengembangkan strategi pengembangan *wellness tourism* di Kota

Surakarta dengan memanfaatkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang melekat pada *wellness tourism* di Kota Surakarta.

Analisis TOWS merupakan pendekatan yang dilakukan entitas untuk menyusun strategi dengan memanfaatkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapinya. Oleh sebab itu analisis TOWS pada dasarnya dilakukan dengan memanfaatkan hasil analisis SWOT untuk melihat kondisi internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan tantangan) entitas bersangkutan. Dimana strategi dikembangkan dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan yang mencegah keuntungan dari peluang yang ada, bagaimana kekuatan mampu menghadapi ancaman yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan yang mampu membuat ancaman menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

**Tabel 6.2:** Analisis TOWS *Wellness Tourism* Kota Surakarta

|  | Peluang                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Tantangan                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kota Surakarta merupakan bagian tidak terpisahkan dengan kawasan aglomerasi Soloraya karena relatif menyatu dengan wilayah di sekitarnya, khususnya Kabupaten Boyolali, Kabupaten Sragen, Kabupaten Karanganyar, dan Kabupaten Sukoharjo, Kabupaten Klaten, dan Kabupaten Wonogiri yang mempunyai berbagai macam obyek wisata.</li> <li>• Kota Surakarta mempunyai infrastruktur pendukung turisme yang cukup komprehensif, mulai dari hotel, restoran, perbankan, kawasan perdagangan modern dan tradisional, telekomunikasi, sampai dengan rumah sakit dan fasilitas kesehatan lainnya.</li> <li>• Kota Surakarta telah ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) sebagai salah satu kota percontohan Kota Kebugaran (<i>Wellness City</i>) dan Wisata Kebugaran (<i>Wellness Tourism</i>) di Indonesia.</li> <li>• Kota Surakarta mempunyai berbagai jenis bentuk layanan wisata yang dikelola oleh masyarakat yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai <i>backbone</i> dari <i>wellness tourism</i>, seperti spa, message, dan refleksi, restoran</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masyarakat masih mempunyai pemahaman terbatas terhadap <i>wellness tourism</i>, bahkan cenderung memaknainya secara negatif, khususnya terhadap wisata kebugaran yang memberikan layanan spa, message, dan refleksi.</li> </ul> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | organik dan makanan sehat, <i>fitness center</i> dan studio yoga, dan sebagainya.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kekuatan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Strategi S-O                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Strategi S-T                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Kota Surakarta mempunyai berbagai jenis kategori obyek wisata, mulai dari obyek wisata buatan, obyek wisata alam, sampai dengan obyek wisata budaya, yang ikonik, tersebar di berbagai kawasan, dan relatif mudah untuk diakses.</li> <li>Kota Surakarta dikenal sebagai daerah yang masyarakatnya memegang teguh nilai adat dan budaya yang mengedepankan dan menjunjung tinggi sopan santun, tata tentrem, tepa salira, tata krama, guyup rukun, dan gotong royong.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya segera mengembangkan paket wisata dengan mem-<i>bundling</i> (obyek wisata) wisata kebugaran dengan wisata alam, wisata artifisial, maupun jenis wisata lainnya, misalnya menjadi paket wisata keluarga.</li> <li>Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya segera mengembangkan paket wisata yang mengintegrasikan pariwisata Kota Surakarta dengan obyek wisata-obyek wisata ikonik yang dimiliki daerah lain di sekitarnya, misalnya Tawangmangu di Kabupaten Karanganyar.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya menginisiasi masyarakat untuk mengenalkan <i>wellness tourism</i>, khususnya manfaat keberadaanya sebagai pengungkit perekonomian tanpa mengabaikan nilai adat dan budaya, secara kontinyu dan berkelanjutan.</li> <li>Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya menginisiasi restoran, rumah makan, <i>fitness center</i>, studio yoga, rumah sakit, dan layanan umum lain yang beroperasi di Kota Surakarta agar menyediakan layanan kebugaran dengan melibatkan pelaku usaha setempat, misalnya dengan menyediakan outlet jamu, layanan pijat tradisional, dan sebagainya.</li> </ul> |
| Kelemahan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Strategi W-O                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Kota Surakarta belum mempunyai payung hukum, baik yang berupa Peraturan Daerah maupun Peraturan Walikota, yang dapat digunakan untuk memastikan bahwa keberadaan, pengembangan dan pengelolaan <i>wellness tourism</i> tidak bertentangan dengan nilai adat dan budaya setempat.</li> <li>Kota Surakarta belum mempunyai daya tarik <i>wellness</i> yang unik dan bisa menjadi <i>branding</i> daerah ini sebagai <i>wellness city</i> yang dapat menarik</li> </ul>             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya segera menyiapkan peraturan, baik yang berupa Peraturan Daerah maupun Peraturan Walikota, untuk memastikan bahwa keberadaan, pengembangan dan pengelolaan <i>wellness tourism</i> tidak bertentangan dengan nilai adat dan budaya setempat.</li> <li>Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya mengembangkan daya tarik <i>wellness</i> yang unik dan bisa menjadi <i>branding</i> daerah dengan memanfaatkan kekayaan</li> </ul>                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya menginisiasi restoran, rumah makan, <i>fitness center</i>, studio yoga, rumah sakit, dan layanan umum lain yang beroperasi di Kota Surakarta agar menyediakan layanan kebugaran dengan melibatkan pelaku usaha setempat, misalnya dengan menyediakan outlet jamu, layanan pijat tradisional, dan sejenisnya.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                            |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>wisatawan untuk berkunjung, berkunjung kembali, dan mengenalkan Kota Surakarta sebagai destinasi kebugaran kepada orang lain.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kota Surakarta ditetapkan sebagai destinasi wisata kebugaran bidang jamu tradisional dan aroma terapi sejalan dengan kekayaan resep warisan leluhur yang dimiliki masyarakat, meski Kota Surakarta tidak dikenal sebagai penghasil bahan baku untuk jamu tradisional dan aroma terapi.</li> </ul> | <p>budaya, ramuan warisan leluhur, maupun rempah-rempahan Kraton Solo dan Pura Mangkunegaran.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya mereposisi daerahnya sebagai penghasil bahan baku jamu tradisional dan aroma terapi, untuk menjamin pasokan sehingga bahan baku jamu tradisional dan aroma terapi menjadi tepat kualitas, kuantitas, dan waktu.</li> </ul> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Sumber: Data primer diolah, 2023.

Tabel di atas merupakan hasil pengembangan strategi pengembangan *wellness tourism* di Kota Surakarta yang dilakukan dengan analisis TOWS, yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dan menghadapi tantangan. Selain TOWS juga dilakukan untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang dan menghadapi tantangan.

Strategi TOWS selanjutnya bisa digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi **variabel keberhasilan kunci (*key success variable*)**, yaitu faktor-faktor yang penting bagi sebuah entitas untuk menunjang keberhasilan tujuan utama yang telah ditetapkan yang berasal dari lingkungan entitas itu sendiri. Demikian juga dengan variabel keberhasilan kunci pengembangan *wellness tourism* di Kota Surakarta yang diidentifikasi berdasarkan hasil analisis TOWS. Oleh sebab itu, berdasarkan hasil analisis TOWS, akan dilakukan identifikasi terhadap variabel keberhasilan kunci pengembangan *wellness tourism* di Kota Surakarta.

1. Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya segera mengembangkan paket wisata dengan mem-*bundling* (obyek wisata) wisata kebugaran dengan wisata alam, wisata artifisial, maupun jenis wisata lainnya, misalnya menjadi paket wisata keluarga.

Hal ini mengingat kebiasaan masyarakat Indonesia ketika berwisata yang biasa dilakukan secara bersama-sama dengan keluarganya. Bahkan model wisata keluarga tersebut tidak hanya dipakai ketika masyarakat pergi untuk berwisata secara pribadi. Pola berwisata seperti itu juga diterapkan dalam kegiatan-kegiatan wisata rombongan, seperti kantor, komunitas, dan sebagainya.

Alasan itulah yang mestinya mendorong Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya mengembangkan wisata kebugaran secara terintegrasi dengan model wisata lainnya. Hal ini sekaligus untuk membangun citra positif *wellness tourism* yang dapat dinikmati oleh satu keluarga secara utuh.

2. Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya segera mengembangkan paket wisata yang mengintegrasikan pariwisata Kota Surakarta dengan obyek wisata-obyek wisata ikonik yang dimiliki daerah lain di sekitarnya, misalnya Tawangmangu di Kabupaten Karanganyar.

Hal ini mengingat bahwa memang ada beberapa obyek wisata daerah lain yang cenderung identik dan menjadi bagian tak terpisahkan dengan Kota Surakarta. Bahkan masyarakat luas seringkali lebih mengenal obyek wisata tersebut sebagai bagian dari Kota Surakarta dibanding dengan daerah administrasinya.

Alasan itulah yang mestinya mendorong Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya mengembangkan paket wisata yang mengintegrasikan obyek wisata di Kota Surakarta dengan obyek wisata di daerah sekitarnya. Dimana paket-paket wisata tersebut tetap menempatkan obyek wisata di Kota Surakarta sebagai produk utama (*main product*), sementara obyek wisata lainnya sebagai produk sampingan (*side product*).

3. Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya segera menyiapkan peraturan, baik yang berupa Peraturan Daerah maupun Peraturan Walikota, untuk memastikan bahwa keberadaan, pengembangan dan pengelolaan *wellness tourism* tidak bertentangan dengan nilai adat dan budaya setempat.

Hal ini mengingat bahwa selama ini Kota Surakarta cukup dikenal sebagai daerah yang masyarakatnya memegang teguh nilai adat dan budaya yang mengedepankan dan menjunjung tinggi sopan santun, tata tentrem, tepa salira, tata krama, guyup rukun, dan gotong royong. Untuk itu pengembangan wisata kebugaran harus dilakukan sejalan dengan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat Kota Surakarta.

Alasan itulah yang mestinya mendorong Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya mengatur keberadaan, pengembangan, dan pengelolaan wisata *tourism* selalu berada dalam kerangka adat dan budaya setempat. Hal ini diharapkan dapat membuat masyarakat Kota Surakarta jauh lebih mudah menerima wisata kebugaran di sebagai bagian dari lingkungan dan kehidupannya.

4. Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya mengembangkan daya tarik *wellness* yang unik dan bisa menjadi *branding* daerah dengan memanfaatkan kekayaan budaya, ramuan warisan leluhur, maupun rempah-rempahan Kraton Solo dan Pura Mangkunegaran.

Hal ini mengingat bahwa pengembangan pariwisata memang sebaiknya dilakukan dengan berbasiskan pada budaya lokal. Apalagi tren pariwisata dimasa depan adalah pariwisata yang lebih

mengedepankan pada kepekaan sosial berbasis kearifan lokal. Dimana nilai kearifan lokal dilakukan dengan melibatkan peran serta masyarakat secara aktif menjaga dan melestarikan lingkungan melalui kegiatan kepariwisataan.

Alasan itulah yang mestinya mendorong Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya mengembangkan daya tarik wisata kebugaran dengan memanfaatkan kearifan dan budaya setempat. Dimana kedua aspek ini, di Kota Surakarta, berpusat di Kraton Solo dan Pura Mangkunegaran yang menjadi salah satu ikon daerah tersebut.

5. Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya mereposisi daerahnya sebagai penghasil bahan baku jamu tradisional dan aroma terapi, untuk menjamin pasokan sehingga bahan baku jamu tradisional dan aroma terapi menjadi tepat kualitas, kuantitas, dan waktu.

Hal ini mengingat bahwa selama ini Kota Surakarta cenderung menggantungkan diri pada pasokan bahan baku jamu tradisional dan aroma terapi dari daerah di sekitarnya, khususnya wilayah aglomerasi Soloraya. Oleh sebab itu akses pelaku usaha jamu tradisional dan aroma terapi terhadap kualitas, kuantitas, harga menjadi relatif terbatas. Padahal sebagai elemen penting dalam wisata kebugaran unggulan, Kota Surakarta mestinya mempunyai kendali terhadap kualitas, kuantitas, dan harga terhadap bahan baku tersebut.

Alasan itulah yang mestinya mendorong Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya untuk memberikan perhatian terhadap ketersediaan bahan baku jamu tradisional dan aroma terapi. Dimana salah satunya dengan mengembangkan cluster pertanian empon-empon, yang berfungsi untuk menjamin pasokan bahan baku jamu tradisional dan aroma terapi sekaligus sebagai obyek wisata kebugaran.

6. Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya menginisiasi masyarakat untuk mengenalkan *wellness tourism*, khususnya manfaat keberadaanya sebagai pengungkit perekonomian tanpa mengabaikan nilai adat dan budaya, secara kontinyu dan berkelanjutan.

Hal ini mengingat bahwa selama ini masih ada sebagian masyarakat yang melihat *wellness tourism* secara negatif, khususnya terhadap wisata kebugaran yang memberikan layanan spa, message, dan refleksi. Padahal beberapa upaya telah dilakukan untuk memperbaiki

citra usaha layanan kebugaran ini, salah satu mewajibkan sertifikasi bagi para terapis.

Alasan itulah yang mestinya mendorong Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya melakukan edukasi lebih intens, kontinyu, dan konsisten untuk memperbaiki *image* usaha kebugaran tersebut. Hal ini sangat penting dilakukan karena citra merupakan salah kunci penting keberhasilan sebuah bisnis.

7. Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya menginisiasi restoran, rumah makan, *fitness center*, studio yoga, dan rumah sakit, dan layanan umum lain yang beroperasi di Kota Surakarta agar menyediakan layanan kebugaran dengan melibatkan pelaku usaha setempat, misalnya dengan menyediakan outlet jamu, layanan pijat tradisional, dan sejenisnya.

Hal ini mengingat bahwa selama ini restoran, rumah makan, *fitness center*, studio yoga, dan rumah sakit, dan layanan umum lain masih relatif terbatas yang menyediakan outlet jamu, layanan pijat tradisional, dan sejenisnya. Padahal upaya semacam ini dapat dilakukan sebagai salah satu alternatif untuk mengenalkan wisata kebugaran kepada masyarakat dan wisatawan yang berkunjung di Kota Surakarta.

Alasan itulah yang mestinya mendorong Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya menginisiasi agar setiap restoran, rumah makan, *fitness center*, studio yoga, dan rumah sakit, dan layanan umum lainnya bersedia menyediakan *space* untuk pelaku usaha jamu, layanan pijat tradisional, dan sejenisnya. Hal ini diharapkan dapat makin memperkuat *positioning* Kota Surakarta sebagai *wellness city*, memberi kesempatan pada tempat usaha tersebut sebagai *one stop shopping* dibidang kebugaran, serta peluang pelaku usaha kecil menawarkan produk-produknya.

Berdasarkan uraian di atas akan dirumuskan variabel keberhasilan utama pengembangan *wellness tourism* dari aspek sosial budaya. Hasilnya disajikan dalam tabel di bawah ini.

**Tabel 6.3:** Variabel Keberhasilan Utama *Wellness Tourism* Kota Surakarta

| No | Variabel Keberhasilan | Keterangan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Wisata Keluarga       | Wisata keluarga merupakan kebiasaan yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia ketika berwisata, bahkan pola wisata ini juga digunakan oleh berbagai lembaga/instansi ketika menyelenggarakan kegiatan wisata bagi para karyawannya. Oleh sebab itu pengembangan <i>wellness tourism</i> di Kota Surakarta harus mampu mengakomodasi kebutuhan wisata untuk seluruh anggota keluarga.           |
| 2. | Regulasi              | Regulasi sangat dibutuhkan untuk memastikan bahwa pengembangan dan pengelolaan <i>wellness tourism</i> tidak keluar dari batasan nilai adat dan budaya Kota Surakarta yang mengedepankan sopan santun, tata tentrem, tepa salira, tata krama, guyup rukun, dan gotong royong.                                                                                                                 |
| 3. | Wisata Aglomerasi     | Kota Surakarta merupakan bagian tidak terpisahkan dengan kawasan aglomerasi Soloraya, termasuk pariwisatanya. Oleh sebab itu konsep pengembangan <i>wellness tourism</i> di Kota Surakarta juga mesti mempertimbangkan berbagai obyek wisata di daerah sekitarnya.                                                                                                                            |
| 4. | Daya Tarik Wisata     | Daya tarik wisata kebugaran yang unik yang mencerminkan nilai adat dan budaya Kota Surakarta diharapkan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, berkunjung kembali, dan mengenalkan keunikan tersebut kepada orang lain.                                                                                                                                                                    |
| 5. | Reposisi              | Kota Surakarta identik dengan keunikan resep ramuan jamu tradisional dan aroma terapi warisan leluhur, oleh sebab itu Kota Surakarta mestinya tidak hanya menggantungkan diri pada pasokan empon-empon dari daerah lain. Kota Surakarta mesti mampu menghasilkan bahan baku jamu tradisional dan aroma terapi sendiri untuk menjaga kualitas, kuantitas, dan harganya.                        |
| 6. | Citra                 | Citra negatif yang acap melekat pada sebagian jenis <i>wellness tourism</i> tertentu harus Alasan itulah yang mestinya mendorong Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya melakukan edukasi lebih intens, kontinyu, dan konsisten untuk memperbaiki <i>image</i> usaha kebugaran tersebut. Hal ini sangat penting dilakukan karena citra merupakan salah kunci penting keberhasilan sebuah bisnis. |
| 7. | Kemitraan             | Kemitraan penyediaan <i>space</i> untuk outlet jamu, layanan pijat tradisional, dan sejenisnya oleh para pengusaha <i>wellness tourism</i> untuk pelaku usaha lokal dilakukan sebagai salah satu upaya untuk memperkuat <i>brand</i> wisata kebugaran di Kota Surakarta.                                                                                                                      |

Sumber: Data primer diolah, 2023.

## 6.2 ACTION PLAN WELLNESS TOURISM

Langkah berikut yang akan dilakukan dalam kajian ini adalah menyusun *roadmap* pengembangan *wellness tourism* Kota Surakarta dari aspek sosial budaya. Roadmap akan disusun berdasarkan variabel keberhasilan kunci yang telah berhasil diidentifikasi di bagian sebelumnya, yaitu wisata keluarga, regulasi, wisata aglomerasi, daya tarik wisata, reposisi, citra, dan kemitraan.

Roadmap pengembangan *wellness tourism* Kota Surakarta dari aspek sosial budaya dengan menggunakan dua pendekatan, yaitu dengan mengembangkan rencana aksi (*action plan*) dan *pipeline*. Rencana aksi merupakan rencana kegiatan yang disusun untuk mencapai sasaran strategis yang telah ditetapkan. Oleh sebab itu rencana aksis harus dirumuskan dan dinyatakan dalam bentuk tahapan yang akan dilaksanakan dimasa depan untuk mewujudkan sasaran strategis. Sedangkan *pipeline* adalah visualisasi dari tahapan yang akan dilakukan untuk mewujudkan sasaran strategis yang disusun untuk menentukan berbagai faktor yang berpotensi menjadi kendala dan keberhasilan upaya tersebut.

Untuk melengkapi rencana aksi dan *pipeline*, kajian ini akan mengidentifikasi *stakeholder* yang akan terlibat dalam proses pengembangan *wellness tourism* Kota Surakarta dari aspek sosial budaya. Keterlibatan *stakeholder* ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, dikarenakan proses pengembangan *wellness tourism* Kota Surakarta dari aspek sosial budaya bersifat lintas sektoral.

**Tabel 6.2:** Rencana Aksi *Wellness Tourism* Kota Surakarta

| No | Variabel Kunci  | Rencana Aksi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Tahapan |    |     |    |   | Indikator Keberhasilan                                  | Stakeholder                                                                                                                                                           |
|----|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----|-----|----|---|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | I       | II | III | IV | V |                                                         |                                                                                                                                                                       |
| 1. | Wisata Keluarga | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengembangkan model wisata keluarga yang mengintegrasikan wisata alam, wisata artifisial, maupun jenis wisata lainnya.</li> <li>• Mengembangkan model <i>wellness tourism</i> tidak hanya untuk orang tua, namun menjadi bagian tidak terpisahkan dengan wisata keluarga.</li> <li>• Mempromosikan <i>wellness tourism</i> berbasis wisata keluarga.</li> </ul>                                                    |         |    |     |    |   | Model <i>wellness tourism</i> berbasis wisata keluarga. | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Balitbangda Kota Surakarta.</li> <li>• Disbudpar Kota Surakarta.</li> </ul>                                                  |
| 2. | Regulasi        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengembangkan regulasi yang mengatur pengembangan dan pengelolaan <i>wellness tourism</i> agar selalu berada dalam rambu-rambu adat dan budaya masyarakat Kota Surakarta.</li> <li>• Menginisiasi masyarakat regulasi yang mengatur pengembangan dan pengelolaan <i>wellness tourism</i>.</li> <li>• Mengawasi pelaksanaan regulasi yang mengatur pengembangan dan pengelolaan <i>wellness tourism</i>.</li> </ul> |         |    |     |    |   | Regulasi <i>wellness tourism</i> .                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disbupar Kota Surakarta.</li> <li>• Bagian Hukum Sekda Pemerintah Kota Surakarta.</li> <li>• DPRD Kota Surakarta.</li> </ul> |

| No | Variabel Kunci    | Rencana Aksi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Tahapan |    |     |    |   | Indikator Keberhasilan                             | Stakeholder                                                                                                      |
|----|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----|-----|----|---|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | I       | II | III | IV | V |                                                    |                                                                                                                  |
| 3. | Wisata Aglomerasi | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mengembangkan model wisata yang mengintegrasikan obyek wisata di Kota Surakarta dengan obyek wisata ikonik dari daerah-daerah lain di kawasan aglomerasi Soloraya.</li> <li>Mempromosikan wisata berbasis aglomerasi kawasan Soloraya.</li> </ul>                                        |         |    |     |    |   | Model wisata berbasis aglomerasi kawasan Soloraya. | <ul style="list-style-type: none"> <li>Disbudpar Kota Surakarta.</li> <li>Balitbangda Kota Surakarta.</li> </ul> |
| 4. | Daya Tarik Wisata | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mengembangkan daya tarik <i>wellness tourism</i> yang unik yang mencerminkan keberagaman adat dan budaya masyarakat Kota Surakarta yang berpusat pada Kraton Surakarta dan Pura Mangkunegaran.</li> <li>Mempromosikan daya tarik unik <i>wellness tourism</i> Kota Surakarta.</li> </ul> |         |    |     |    |   | Daya tarik unik <i>wellness tourism</i> .          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Disbudpar Kota Surakarta.</li> <li>Balitbangda Kota Surakarta.</li> </ul> |
| 5. | Reposisi          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mengembangkan <i>cluster</i>/kawasan pertanian empon-empon untuk menjamin ketersediaan bahan baku jamu tradisional dan aroma terapi sekaligus sebagai obyek wisata kebugaran.</li> </ul>                                                                                                 |         |    |     |    |   | Cluster/kawasan pertanian empon-empon..            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Dispertan Kota Surakarta</li> <li>Disbudpar Kota Surakarta.</li> </ul>    |

| No | Variabel Kunci | Rencana Aksi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Tahapan |    |     |    |   | Indikator Keberhasilan                                                                                                                                                                                                                                           | Stakeholder                                                                                                     |
|----|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----|-----|----|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | I       | II | III | IV | V |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                 |
|    |                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mengembangkan <i>cluster</i>/kawasan pertanian empon-empon sebagai kawasan <i>wellness tourism</i> Kota Surakarta.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                               |         |    |     |    |   |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                 |
| 6. | Citra          | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mengembangkan model edukasi untuk menginisiasi pentingnya <i>wellness tourism</i> terhadap perekonomian tanpa mengabaikan nilai sosial dan budaya masyarakat Kota Surakarta.</li> <li>Mengedukasi masyarakat pentingnya <i>wellness tourism</i> dalam pengembangan Kota Surakarta.</li> </ul>                                                                               |         |    |     |    |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Modul edukasi <i>wellness tourism</i>.</li> <li>Kegiatan edukasi <i>wellness tourism</i>.</li> </ul>                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Disbudpar Kota Surakarta.</li> </ul>                                     |
| 7. | Kemitraan      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mengembangkan pola kemitraan yang memberi kesempatan kepada para pelaku usaha lokal untuk membuka <i>outlet</i> jamu, layanan pijat tradisional, dan sejenisnya di lokasi yang memberi layanan <i>wellness tourism</i>.</li> <li>Mendampingi pelaku usaha lokal dalam menjalankan usahanya agar selalu dalam rambu-rambu <i>wellness tourism</i> Kota Surakarta.</li> </ul> |         |    |     |    |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Pola kemitraan pengussaha <i>wellness tourism</i> dengan pelaku usaha lokal.</li> <li>Pertumbuhan <i>outlet</i> jamu, layanan pijat tradisional, dan sejenisnya.</li> <li>Pertumbuhan <i>wellness tourism</i>.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Dinkop UKM Kota Surakarta.</li> <li>Disbudpar Kota Surakarta.</li> </ul> |

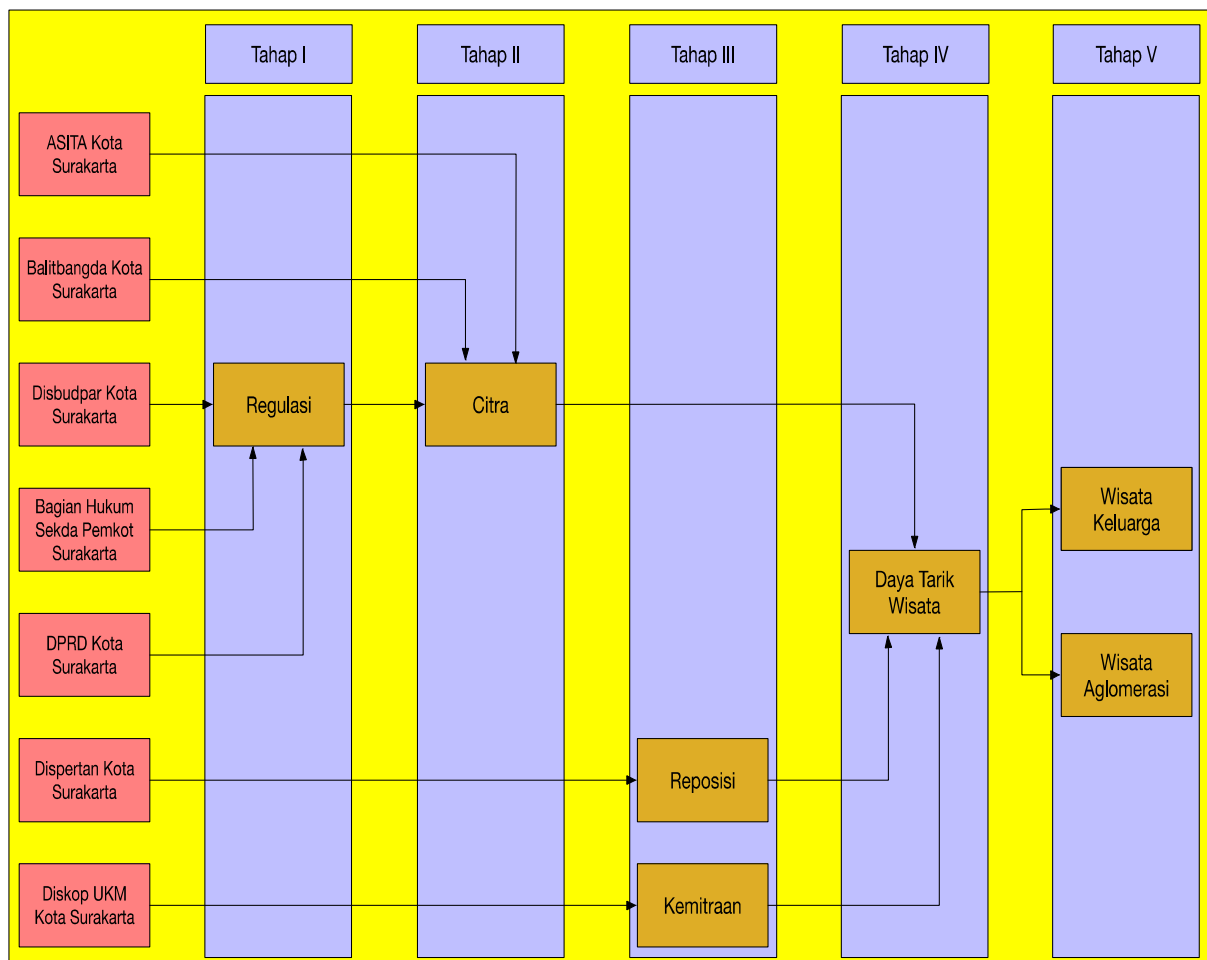
Sumber: Data primer diolah, 2023.

Keterangan:

|             |                                                     |
|-------------|-----------------------------------------------------|
| Balitbangda | : Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah.         |
| Disbudpar   | : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.                  |
| Dinkop UKM  | : Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah.          |
| Dispertan   | : Dinas Pertanian, Ketahanan Pangan, dan Perikanan. |
| DPRD        | : Dewan Perwakilan Rakyat Daerah.                   |
| ASITA       | : Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata.            |

Selanjutnya, untuk melengkapi kajian ini, akan disusun *pipeline* untuk mempermudah dalam memahami rencana aksi pengembangan *wellness tourism* Kota Surakarta. *Pipeline* akan disusun dalam lima tahapan pencapaian target seperti yang telah ditetapkan sesuai dengan variabel kunci kesuksesan pengembangan *wellness tourism* Kota Surakarta. Dimana setiap tahapan kegiatan tidak bersifat serial namun bisa dilaksanakan secara paralel dalam satu periode waktu yang sama dengan tahapan lain.

*Pipeline* adalah visualisasi dari tahapan yang akan dilakukan untuk mewujudkan sasaran strategis yang disusun untuk menentukan berbagai faktor yang berpotensi menjadi kendala dan keberhasilan upaya tersebut. Oleh sebab itu *pipeline* akan dikembangkan dengan menggunakan variabel kesuksesan kunci kunci, yaitu wisata keluarga, regulasi, wisata aglomerasi, daya tarik wisata, reposisi, citra, dan kemitraan.



**Gambar 6.1:** Pipeline *Wellness Tourism* Kota Surakarta

## BAB VII

### PENUTUP

#### 7.1 KESIMPULAN

Berkembangnya trend gaya hidup sehat berpengaruh terhadap pendekatan pariwisata sehingga muncul pendekatan *wellness tourism* pada industri pariwisata. Pendekatan tersebut terus berkembang sehingga berpengaruh positif terhadap perekonomian lokal, regional, nasional, bahkan global. Indonesia dengan kekayaan budaya dan sumberdaya alam yang mendukung dapat memanfaatkan perkembangan industri pariwisata tersebut, termasuk Kota Surakarta. Apalagi mengingat Kota Surakarta mempunyai beberapa keunggulan komparatif dibandingkan daerah lain di Indonesia, khususnya terkait dengan budaya, posisi geografis, dan perkembangan industri pariwisatanya.

Oleh sebab itu, atas dasar uraian di atas, Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah (Balitbangda) Kota Surakarta berencana melaksanakan kegiatan “**Kajian Wellness Tourism Dari Perspektif Sosial dan Budaya**” ini. Dimana tujuannya adalah untuk perkembangan *wellness tourism* dari perspektif sosial budaya, agar wisata ini tidak hanya sebatas pada pemenuhan kebutuhan saja, tetapi juga terintegrasi dengan kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Selanjutnya, dari analisis yang telah dilakukan, dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Responden yang bersedia menanggapi kuesioner yang disebarkan merupakan responden dalam generasi milenial yang memiliki karakter berwisata suka mencari pengalaman wisata unik, baru, otentik, dan personal.
2. Kebijakan yang akan dibuat terkait dengan studi ini sangat berorientasi masa depan, di mana dunia sedang sangat mengembangkan *wellness tourism*, untuk kepentingan kebugaran generasi masa depan (milenial dan Gen-Z) sebagai generasi bonus demografi dalam pembangunan negara.
3. Tidak ada ungkapan/kendala/keberatan yang terkait dengan sosial budaya. Hal ini sangat terkait dengan karakter generasi milenial dan Gen-Z yang cenderung tidak terlalu fokus pada pertimbangan-pertimbangan tersebut didalam kinerja mereka, namun benar-benar berfokus pada kemanfaatan ekonomi.

4. Responden memberi tanggapan yang baik terhadap rencana pengembangan *wellness tourism* di kota Surakarta, terutama demi kemanfaatan mengangkat ekonomi kota Surakarta dan tentu saja bagi keberlangsungan bisnis-bisnis *wellnes tourism* (kebugaran jiwa dan raga) yang sudah banyak di kota Surakarta.
5. Pilihan-pilihan utama responden adalah *wellness tourism* berbasis data tarik wisata budaya, sejarah, kuliner/*restautan* dengan bahan organik (*culinary experiences*), Toko bahan makan yang sehat serta *Fitness* dan *Gyms centers*
6. Meski demikian, Kota Surakarta yang sangat dikenal sebagai daerah yang masyarakatnya memegang teguh nilai adat dan budaya yang mengedepankan dan menjunjung tinggi sopan santun, tata tentrem, *tepa salira*, tata krama, guyub rukun, dan gotong royong, harus tetap dipertahankan dalam koridor pengelolaan relasi antar manusia, baik warga asli maupun pendatang.
7. Kota Surakarta dikenal sebagai daerah yang mempunyai kekayaan budaya, warisan leluhur, serta beragam rempah-rempahan dan menjadi peninggalan dan bagian tak terpisahkan dengan Kraton Kasunanan Surakarta dan Pura Mangkunegaran.

## 7.1 REKOMENDASI

Atas beberapa kesimpulan di atas, kajian ini menyajikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya segera menyiapkan peraturan, baik yang berupa Peraturan Daerah maupun Peraturan Walikota, dalam mendukung Pengembangan Wellness torism.
2. Pemerintah Surakarta dapat melanjutkan pengembangan kota Surakarta sebagai *wellness tourism city* dengan target segmen pasar milenial/gen-Z dengan pilihan tema yang erat terkait dengan budaya, sejarah, heritage, makanan sehat, dan pemeliharaan kebugaran fisik.
3. Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya segera mengembangkan paket wisata dengan mem-*bundling* (obyek wisata) wisata kebugaran dengan wisata alam, wisata artifisial, maupun jenis wisata lainnya, menjadi paket wisata keluarga.
4. Pemerintah Kota Surakarta sebaiknya mereposisi daerahnya sebagai penghasil bahan baku jamu tradisional dan aroma terapi, untuk menjamin pasokan sehingga bahan baku jamu tradisional dan aroma terapi menjadi tepat kualitas, kuantitas, dan waktu.

5. Pemerintah Surakarta sebaiknya mengembangkan dan mengelola *wellness tourism* berbasis budaya dan kearifan lokal sehingga beradaan wisata kebugaran tersebut sesuai dengan nilai adat dan budaya yang dianut masyarakat Kota Surakarta.
6. Pemerintah Surakarta sebaiknya mengembangkan dan mengelola *wellness tourism* menjadi wadah bagi generasi muda untuk tetap mengenal tradisi dan budaya lokal sehingga keberadaan wisata kebugaran tersebut menjadi relatif mudah diterima oleh masyarakat Kota Surakarta.