

ANALISIS PENAWARAN DAN PERMINTAAN DESTINASI WISATA KRATON KASUNANAN SURAKARTA

Aulia Basundhari W¹, Istijabatul Aliyah¹, Rara Sugiarti²

¹Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret,
Surakarta

²Pusat Penelitian dan Pengembangan Pariwisata dan Budaya, LPPM, Universitas Sebelas Maret,
Surakarta

Abstrak

Kota Surakarta memiliki beragam atraksi dan daya tarik wisata, salah satunya adalah Kraton Kasunanan. Kraton Kasunanan ini merupakan suatu wisata budaya yang termasuk dalam warisan budaya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penawaran dan permintaan yang ada di Kraton Kasunanan apakah sudah mampu mencukupi atau belum yang pada akhirnya akan muncul beberapa strategi yang harus diperbaiki demi memnuhi kebutuhan wisatawan dan keberlanjutan dari destinasi wisata Kraton Kasunanan. Metode penelitian yang digunakan adalah campuran. Untuk teknik pengumpulan data dengan menggunakan pembagian kuisioner secara online, wawancara dan observasi lapangan yang kemudian dianalisis menggunakan metode skoring. Dari hasil penelitian, didapatkan bahwa perlu adanya perhatian khusus dalam memperbaiki sarana wisata yang berupa warung makan, wc umum dan tempat parkir. selain itu, dari segi promosi dan informasi perlu adanya peningkatan penyebaran brosur dengan cara bekerjasama dengan destinasi wisata lain dan melakukan promosi lewat televisi tidak hanya di TV lokal tetapi yang tingkat nasional.

Kata Kunci : Analisis Penawaran, Analisis Permintaan, Kraton Surakarta

PENDAHULUAN

Pariwisata memiliki tujuan tertentu yaitu untuk mendapatkan kesenangan (Suyitno, 2001). Pariwisata ini merupakan 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. Pariwisata ini merupakan berbagai aktivitas wisata yang didukung dengan fasilitas dan layanan yang disediakan oleh pemerintah, pengusaha, pemerintah daerah dan juga masyarakat (Undang-undang nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan).

Menurut Pendit (1994) Pariwisata merupakan kumpulan dari daya wisata yang didukung dengan berbagai jenis fasilitas di dalamnya. Dari kumpulan daya tarik wisata memiliki berbagai macam jenis wisata, salah satunya yaitu wisata budaya. Wisata Budaya merupakan suatu perjalanan untuk kunjungan atau peninjauan tempat yang dilakukan dengan dasar keinginan seseorang untuk dapat memperluas pandangan hidup seperti mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka. Menurut Nurdiansyah (2014) pariwisata budaya merupakan salah satu jenis wisata untuk mengetahui budaya yang dimiliki destinasi tertentu karena disetiap daerah memiliki keunikan dan kekhasan budaya yang berbeda sehingga akan bertambahnya pengetahuan dan pengalaman baru.

Salah satu wisata budaya yaitu berasal dari warisan budaya. Indonesia memiliki berbagai macam wisata dari warisan budaya. Warisan Budaya, menurut Davidson (1991) yaitu hasil

budaya fisik dari tradisi-tradisi yang beraneka ragam dan prestasi-prestasi spiritual dalam bentuk nilai dari keadaan masa lalu yang menjadi elemen pokok dalam jati diri suatu kelompok atau bangsa. Berdasarkan artian tersebut, warisan budaya merupakan hasil budaya fisik (tangible) dan nilai budaya (intangible) dari masa lalu. Warisan budaya fisik (tangible heritage) sering diklasifikasikan menjadi warisan budaya tidak bergerak (immovable heritage) dan warisan budaya bergerak (movable heritage). Warisan budaya tidak bergerak biasanya berada di tempat terbuka dan terdiri dari: situs, tempat-tempat bersejarah, bentang alam darat maupun air, bangunan kuno dan/atau bersejarah, patung-patung pahlawan. Warisan budaya bergerak biasanya berada di dalam ruangan dan terdiri dari: benda warisan budaya, karya seni, arsip, dokumen, dan foto, karya tulis cetak, audiovisual berupa kaset, video, dan film (Galla, 2001).

Di Kota Surakarta terdapat 5 warisan budaya yaitu terdapat Kraton Kasunanan, Kraton Mangkunegaran, Batik, Masjid Agung, Kraton Kasunanan dan Benteng Vestenburg. Kraton Kasunanan merupakan bentuk warisan budaya yang tidak dapat bergerak yang berupa bangunan kuno. Keraton ini didirikan oleh Pakubuwono II pada tahun 1744 sebagai pengganti keraton kartasura yang rusak akibat perpecahan (www.pariwisatasolo.surakarta.go.id, 2018) yang memiliki keunikan dapat dikunjungi oleh siapapun, tetapi tidak semua tempat dapat dilalui oleh para pengunjung, hanya tempat-tempat tertentu saja. Kraton Kasunanan ini selain tempat tinggal keluarga raja, tetapi juga berisi peninggalan-peninggalan benda bersejarah seperti kereta kencana pada jaman Raja Mataram, terdapat senjata perang (keris, tombak, pedang), busana, kursi-kursi kuno

dan lain sebagainya (telusuri.id, 2016). Selain itu, kraton memiliki keunikan arsitektur jawa yang dapat juga menarik para pengunjung (www.travel.detik.com, 2012). Berikut merupakan tabel pengunjung Kraton Kasunanan Surakarta:

Tabel 1 Jumlah Pengunjung Kraton Kasunanan Surakarta Tahun 2012 – 2016

Wisatawan	Tahun				
	2012	2013	2014	2015	2016
Domestik (Jiwa)	4733 1	6665 2	6341 0	7974 1	2113 4
Mancanegara (Jiwa)	810	1504	5251	522	178
Jumlah (Jiwa)	4814 1	6815 6	6866 1	8026 3	2131 2

Sumber: Badan Pusat Statistika Kota Surakarta (2012-2014) dan Dinas Pariwisata Surakarta (2015 dan 2016)

Dari tabel jumlah pengunjung diatas, dapat dilihat bahwa terjadi penurunan secara drastis pada tahun 2016, yang pada awalnya tahun 2015 jumlah pengunjung dapat mencapai 80.263 jiwa selanjutnya pada tahun 2016 hanya mencapai 21.312 jiwa. Jika keadaan ini dibiarkan lama-kelamaan Kraton Kasunanan Surakarta akan stagnan atau memudar pengunjung apalagi didukung dengan keadan kraton yang saat ini mulai tidak terawat. Oleh karena itu, peneliti ingin mencari tahu strategi pengembangan dari sisi perminataan dan penawaran destinasi Kraton Kasunanan Kota Surakarta agar dapat terus berkelanjutan.



Gambar 1 Peta Kawasan Penelitian
Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2019

KAJIAN PUSTAKA

1. Pengertian Wisata

Menurut Prof. Salah Wahab (1976), Wisata adalah kegiatan yang dilakukan oleh manusia secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana ia memperoleh pekerjaan tetap. Menurut Soetomo (1994), wisata merupakan perjalanan keliling Selama lebih dari tiga hari yang diselenggarakan oleh suatu kantor ke berbagai tempat atau kota baik di dalam maupun di luar negeri dengan tujuan melihat-lihat keanekaragaman pengetahuan dan lain sebagainya. Menurut Suyitno (2001) menyatakan bahwa wisata adalah suatu kegiatan dalam jangka waktu pendek dengan melibatkan beberapa komponen wisata untuk mengunjungi suatu destinasi dengan tujuan mendapatkan kesenangan dan untuk tidak mencari nafkah.

2. Wisata Budaya

Wisata budaya adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan cara melakukan kunjungan ke tempat lain atau luar negeri, mempelajari keadaan, kebiasaan dan adat istiadat masyarakat, cara hidup, budaya serta seni yang dimiliki oleh mereka. Perjalanan ini biasanya dilakukan wisatawan untuk mengambil kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan-kegiatan budaya seperti seni tari, seni drama, seni musik dan seni suara atau kegiatan yang memiliki motif sejarah dan sebagainya. Wisata budaya adalah jenis wisata yang paling populer di negeri kita. Bukti-bukti telah menunjukkan bahwa wisata jenis inilah yang menjadi pilihan utama bagi wisatawan mancanegara yang ingin mengetahui kebudayaan dan kesenian kita serta segala sesuatu yang berhubungan dengan adat istiadat dan kehidupan seni budaya kita (Pendit, 1994:41).

Dari adanya wisata budaya tersebut, salah satunya yaitu wisata yang berasal dari warisan budaya. menurut Davidson (1991) warisan budaya yaitu hasil budaya fisik dari tradisi-tradisi yang beraneka ragam dan prestasi-prestasi spiritual dalam bentuk nilai dari keadaan masa lalu yang menjadi elemen pokok dalam jati diri suatu kelompok atau bangsa. Berdasarkan artian tersebut, warisan budaya merupakan hasil budaya fisik (tangible) dan nilai budaya (intangible) dari masa lalu. Warisan budaya fisik (tangible heritage) sering diklasifikasikan menjadi warisan budaya tidak bergerak (immovable heritage) dan warisan budaya bergerak (movable heritage).

3. Elemen Penawaran dan Permintaan Wisata

Penawaran pariwisata yaitu suatu hal yang ditawarkan kepada wisatawan. Penawaran dalam pariwisata menunjukkan atraksi wisata yang berasal dari alam maupun buatan, jasa-jasa maupun barang-barang yang diperkirakan dapat menarik perhatian orang-orang untuk mengunjungi destinasi di suatu tempat (Salah Wahab, 1975). Yoeti (1996) membagi produk pariwisata atau yang lebih dikenal dengan penawaran wisata ke dalam 3 golongan yaitu atraksi wisata, fasilitas, dan perangkutan. Menurut Pearce (1989) elemen penawaran dan permintaan wisata dapat dikelompokkan menjadi 5 yaitu atraksi, akomodasi, fasilitas penunjang, prasarana dan aksesibilitas yang dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Atraksi, yang terdiri dari: alam (pemandangan, flora dan fauna, iklim, cagar alam); buatan manusia (tempat ibadah, monumen, bangunan peninggalan bersejarah, museum); budaya (musik, bahasa, nyanyian rakyat, tarian, upacara adat, perayaan tradisional)
- 2) Akomodasi yang terdiri dari hotel dan motel.
- 3) Fasilitas pendukung, yang terdiri dari: pelayanan pendukung (pusat perbelanjaan, toko suvenir); fasilitas lainnya (restoran, tempat parkir, wc umum, tempat peribadatan)
- 4) Prasarana, yang terdiri dari: prasarana transportasi (jalan, pelabuhan, stasiun kereta api, pelabuhan udara)
- 5) Aksesibilitas dari rute angkutan dan moda angkutan yang ada

Menurut Medlik 1980 terdapat 4 aspek yang harus diperhatikan dalam penawaran dan permintaan wisata yaitu:

- 1) Atraksi, sebaiknya di destinasi wisata memiliki daya tarik yang berupa alam atau masyarakat atau budaya
- 2) Aksesibilitas, ini untuk mempermudah para wisatawan melakukan perjalanan ke tempat destinasi wisata
- 3) Fasilitas, ini merupakan salah satu syarat yang harus ada di destinasi wisata agar wisatawan merasa nyaman di tempat tersebut
- 4) Lembaga pariwisata, wisatawan merasa aman apabila mereka dapat melaporkan ataupun memberikan saran dan kritik terhadap destinasi wisata

Kemudian, Secara lebih spesifik dan operasional disampaikan oleh Gunn (1994:77), yang termasuk dalam komponen penawaran wisata adalah atraksi wisata, aksesibilitas wisata, fasilitas penunjang wisata, dan informasi serta promosi wisata. Sintesis teori elemen penawaran dan permintaan wisata dapat dilihat dalam lembar lampiran di belakang.

METODE PENELITIAN

Pada metode penelitian pengembangan destinasi wisata Kraton Kasunanan Surakarta ini menggunakan metode penelitian campuran atau embedded design. Embedded design ini merupakan metode gabungan dari kualitatif dan kuantitatif dalam satu level desain, dimana satu jenis data melekat pada jenis data yang lain dalam suatu kerangka metodologi. Data kuantitatif yang ada nantinya akan menukung data kualitatif yang artinya pada metode embedded yang digunakan memberikan bobot yang lebih kepada data kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif dilaksanakan penyebaran kuisioner online yang berupa typerform kepada responden guna untuk

menentukan karakteristik dan posisi permintaan serta penawaran Kraton Kasunanan Surakarta. Sedangkan untuk metode kualitatif digunakan untuk memindaklanjuti metode kuantitatif. Metode kualitatif juga digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan Kraton Kasunanan Surakarta kedepannya sehingga dengan adanya penggabungan 2 metode tersebut diharapkan akan mendapat hasil penelitian yang lebih menyeluruh dan bersifat obyektif.

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan penawaran dan permintaan destinasi wisata yang terdiri dari dua aspek yaitu penawaran yang meliputi atraksi wisata, sarana, aksesibilitas dan informasi-promosi dan aspek permintaan terhadap suatu tempat tujuan wisata untuk meningkatkan destinasi wisata Kraton Kasunanan Surakarta yang dilakukan dengan cara wawancara dan observasi lapangan serta penyebaran kuisioner. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu dengan menyebarkan typeform ke aplikasi seperti whatsapp, line dan Instagram dengan sasaran orang yang pernah mengunjungi Kraton Kasunanan Surakarta. Dari hasil penyebaran typerform tersebut terdapat 82 responden, tetapi yang memenuhi kriteria terdapat 70 responden. Sedangkan untuk analisis data menggunakan skoring. Skoring dilakukan dengan memberikan penilaian dan pemberian skor untuk menilai kondisi variabel pada setiap aspek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Penawaran Destinasi Wisata

Destinasi wisata Kraton Kasunanan Surakarta dengan fasilitas yang memiliki

daya tarik utama sebagai wisata budaya. Dengan daya tarik yang dimiliki sehingga menjadikan seseorang berkunjung ke destinasi tersebut. Untuk mengetahui penawaran wisata tersebut dapat dilihat dari komponen produk wisata yang ada di tempat tersebut yaitu atraksi wisata merupakan factor utama dalam menarik wisatawan kemudian sarana wisata, aksesibilitas, informasi dan promosi.

1) Atraksi wisata

Potensi wisata yang ada di Kraton Kasunanan Surakarta sangatlah beragam, selain pengunjung dapat melihat peninggalan barang-barang kuno dari Kraton Kasunanan seperti senjata perang, kursi-kursi kuno dan kereta kencana yang pernah di pakai, terdapat juga diorama perang pangeran diponegoro, diorama adat pernikahan jawa dan diorama pergelaran wayang kulit. Selain itu, terdapat juga upacara-upacara adat seperti upacara grebeg, sekaten, malam satu sura yang berasal dari zaman kerajaan hingga sampai sekarang ini.

Museum Kraton Kasunanan ini merupakan atraksi utama yang semua responden pernah mengunjunginya, kraton ini dibuka setiap hari kecuali hari jumat dari pukul 09.00 hingga 15.00. kraton ini memiliki keunikan dari arsitekur bangunannya, kemudian di dalam kraton ini pengunjung dapat menikmati pusaka-pusaka kraton seperti keris, tameng, dan lain sebagainya, lalu terdapat kereta-kereta kencana, dan barang-barang sejarah lainnya.



Gambar 2 Atraksi Museum Kraton Kasunanan
Sumber: Penulis, 2019

Selanjutnya terdapat atraksi pacara grebeg. Upacara yang dilakukan 3 kali dalam setahun yaitu pada maulid nabi, 1 syawal dan 10 bulan besar. Upacara ini bertujuan memberikan sedekah sebagai rasa syukur. Alasan para pengunjung datang ke upacara grebeg ini karena dapat mengambil makanan yang berupa buah dan sayur yang telah disajikan dalam bentuk gunungan dan dapat melihat pusaka-pusaka kraton, tetapi hanya 34% responden yang pernah mengikuti kegiatan tersebut dan terdapat beberapa responden juga yang tidak mengetahui apabila terdapat atraksi tersebut. Oleh karena itu, perlu adanya promosi yang lebih gencar agar wisatawan solo lebih tertarik

Kemudian, terdapat atraksi yang berupa upacara sekaten. Upacara ini dilakukan setiap tahun menjelang adanya peringatan Maulid Nabi yang diadakan kurang lebih 1 minggu. Selama satu minggu itu, di Masjid Agung Keraton memainkan gamelan. Selain itu, terdapat juga pasar malam yang biasanya berada di Alun-alun Utara, tetapi karena adanya relokasi pasar klewer sementara, maka pasar malam ini dipindahkan ke Benteng Vastenburg. Sebanyak 87% pengunjung pernah mengunjungi sekaten dari yang masih anak kecil hingga yang sudah lanjut usia dan pengunjung banyak yang berasal dari berbagai daerah. Dan yang terakhir

adalah upacara satu sura. Upacara ini juga diperingati setiap setahun sekali pada saat malam 1 sura. Upacara ini dilakukan pada dini hari, mengitari daerah sekitar kraton atau disebut kirab. Pada saat ini beberapa pusaka seperti keris dan lainnya diikuti sertakan saat kirab, selain itu, terdapat juga kerbau bule yang mengikuti kirab tersebut. Dari pengunjung yang sudah pernah mengunjungi Kraton Kasunanan, terdapat 65% yang sudah pernah datang ke atraksi tersebut.

Tabel 3 Analisis Atraksi Wisata

No	Atraksi	Penjelasan	Rendah	Tinggi	Skor
1.	Museum	Karena kraton merupakan atraksi utama, semua pengunjung pernah memasuki museum tersebut		V	2
2.	Grebeg	Hanya terdapat 34% yang pernah mengunjungi atraksi tersebut	V		1
3.	Sekaten	Atraksi yang diadakan setahun sekali saat Maulid Nabi ini telah didatangi pengunjung sebanyak 84%		V	2
4.	Satu sura	Terdapat 65% pengunjung yang pernah mendatangi atraksi tersebut		V	2
Total					7

Sumber: Hasil Analisis, 2019

2) Sarana wisata

Sarana wisata atau dapat disebut fasilitas penunjang wisata ini merupakan sarana-sarana yang dapat menunjang keberlangsungan wisata yang terdiri dari toko souvenir, warung makan, tempat ibadah, wc umum dan tempat parkir. Keberadaan dari sarana wisata ini dapat mendukung aktivitas wisata yang ada, karena apabila penyediaan sarana wisata memiliki kualitas yang baik maka dapat menambah daya tarik wisata dan mampu melayani wisatawan. Dengan dapat melayani wisatawan yang ada maka dapat berdampak terhadap intensitas kunjungan wisatawan ke Kraton Kasunanan.

Di Kraton Kasunanan ini memiliki tempat toko souvenir di sebelah penjual tiket masuk museum, toko souvenir ini menjual seperti samir, kerajinan dari logam yang berbentuk logo kraton kasunanan dan

lain sebagainya. Terdapat juga beberapa pedagang yang berjualan souvenir seperti gantungan kunci, suling dan mainan yang berasal dari bambu yang berada di sebelah utara museum. Selain itu, untuk memperoleh souvenir dapat berkunjung ke Klewer, Pusat Grosir Solo, Batik Kauman, dan Benteng Trade Center (BTC) yang tidak jauh dan mudah dijangkau dari Kraton Kasunanan.



Gambar 3 Pedagang Souvenir Penunjang Wisata

Sumber: Penulis, 2019

Kemudian sarana wisata yang berupa warung makan. Di sekitar kraton kasunanan ini hanya terdapat pedagang kaki lima yang menjual seperti dawet, leker dan telur gulung. Terdapat warung makan, tetapi untuk menuju ke warung makan tersebut harus berjalan kaki terlebih dahulu atau dapat naik becak atau kendaraan pribadinya seperti gambar 4 dibawah ini.



Gambar 4 Warung Makan Penunjang Wisata

Sumber: Penulis, 2019

Selanjutnya sarana wisata yang berupa tempat ibadah yaitu masjid. Masjid ini berada di sebelah barat pintu utara kraton terdapat masjid yang memiliki kondisi baik dan bersih dan masih menggunakan arsitektur yang sejenis dengan Kraton Kasunannya, dapat dilihat pada Gambar 5 dibawah ini. selain itu, sekitar 200-300 meter dari Kraton Kasunanan juga terdapat Masjid Agung Kraton.



Gambar 5 Tempat Ibadah Penunjang Wisata
Sumber: Penulis, 2019

Kemudian yaitu sarana wisata yang berupa WC umum. WC umum ini berada di dalam museum dengan kondisi masih cukup baik dan bersih, dan terdapat WC umum juga di depan masjid dekat kraton. Dan yang terakhir adalah sarana wisata parkir. Untuk parkir kendaraan roda dua atau motor dapat diletakkan di depan Kraton dan beberapa mobil juga dapat parkir di depan situ, tetapi karena tempatnya yang sempit dan tidak dapat menampung semua pengunjung. Oleh karena itu, untuk memenuhi kebutuhan tempat parkir, kendaraan dapat diletakkan di sebelah timur alun-alun utara, sebelah masjid agung dan di depan Pusat Grosir Solo (PGS).



Gambar 6 Tempat Parkir Penunjang Wisata
Sumber: Penulis, 2019

Tabel 4 Analisis Sarana Wisata

No	Sarana	Penjelasan	Rendah	Tinggi	Skor
1.	Toko Souvenir	Terdapat toko souvenir di samping loket dan di samping museum. Selain itu, tidak jauh dari Kraton didukung dengan adanya pasar klewer, PGS, BTC dan Batik Kauman		V	1
2.	Warung makan	Di depan kraton hanya terdapat penjual makanan-makanan ringan, untuk menuju warung makan harus berjalan kaki atau naik becak atau kendaraan terlebih dahulu	V		1
3.	Tempat ibadah	Di sebelah barat pintu masuk kraton terdapat masjid dan terdapat masjid agung yang tidak jauh jaraknya dari keratin		V	2
4.	WC umum	Terdapat WC umum di dalam museum dan di depan masjid		V	2
5.	Tempat parkir	Parkir di dekat kraton tidak dapat menampung semua pengunjung	V		1
Total					7

Sumber: Hasil Analisis, 2019

3) Aksesibilitas

Saat wisawan melakukan wisata selalu menggunakan moda transportasi. Kegiatan pariwisata dengan aksesibilitas merupakan hal yang saling berhubungan. Dengan adanya aksesibilitas yang mudah dapat berdampak terhadap semakin berkembangnya wisata di daerah tersebut. Kraton kasunanan ini berada di jalan lokal yang tidak dapat diakses oleh angkutan umum yaitu BST, tetapi untuk moda transportasi seperti kendaraan roda dua, becak dan mobil masih tetap memiliki aksesibilitas yang baik.

4) Informasi dan Promosi

Untuk peningkatan daya tarik wisata kepada wisatawan diperlukan informasi dan promosi guna memberi daya tarik kepada calon pengunjung. Pemberian informasi ini bertujuan untuk memberikan informasi mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan obyek wisata. Kota Surakarta sudah memiliki Pusat Informasi Pariwisata yang berada di Kantor Dinas Pariwisata, namun demikian kegiatan promosi dan informasi ini juga perlu dilakukan melalui kerjasama dengan pihak-pihak swasta yang berhubungan dengan dunia pariwisata. Beberapa media dan sarana yang selama ini telah menjadi bagian dari kegiatan promosi informasi ini yaitu brosur, media massa, teman atau saudara dan website.

Brosur adalah selebaran yang berisi potongan iklan/ informasi dengan tujuan untuk memperkenalkan sebuah perusahaan atau organisasi, dan menginformasikan tentang produk atau jasa kepada masyarakat luas. Di dalam brosur/ leaflet biasanya berisi informasi menarik dari suatu destinasi wisata alam bentuk selebaran kertas dibagikan pada calon wisatawan. Promosi dalam bentuk ini merupakan media yang paling sering dan mudah digunakan dalam rangka promosi. Dinas Pariwisata dan pihak kraton bersama-sama membuat brosur yang berisi atraksi-atraksi yang berada di Kraton Kasunanan yang disebarkan di lokasi-lokasi strategis seperti bandara, hotel dan biro wisata serta Dinas Pariwisata Surakarta. Kemudian untuk media massa merupakan salah satu cara yang efektif dalam penyampaian informasi kepada masyarakat luas. salah satu fungsi media massa adalah sarana penyampai pesan yang berhubungan langsung kepada masyarakat yaitu radio, surat kabar,

televisi, dan lain sebagainya. Dalam penyampaian informasi ini Kraton Kasunanan menggunakan promosi menggunakan media massa lewat televisi yaitu TATV, tetapi promosi ini tidak memberikan dampak penambahan wisatawan di Kraton Kasunanan, karena TATV ini merupakan televisi lokal. Kemudian untuk website yang merupakan sekumpulan halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Website merupakan salah satu media informasi yang baik dan biaya yang murah apabila dilihat dari jangkauan masyarakat. Kraton Kasunan ini telah menggunakan website sebagai alat promosi yang bergabung dengan wisata-wisata yang lainnya yaitu di website pariwisata solo yang dibuat oleh Dinas Pariwisata, promosi ini dianggap baik karena pada saat ini dunia digital sedang maju, dan kebanyakan orang banyak yang mencari tujuan wisata lewat website. Dan yang terakhir promosi ini dapat dilakukan oleh orang yang telah mengunjungi Kraton Kasunanan yang merupakan promosi dari mulut ke mulut juga dirasa dapat menambah wisatawan yang dapat menerima informasi.

Tabel 5. Analisis Informasi dan Promosi Wisata

No	Informasi	Penjelasan	Rendah	Tinggi	Skor
1.	Brosur/ Leaflet	Penyebaran brosur informasi dan promosi telah dilakukan di lokasi-lokasi strategis seperti hotel, bandara, biro wisata dan Dinas Pariwisata		V	2
2.	Media Massa	Media massa yang digunakan adalah lewat televisi yang berupa iklan	V		1
3.	Teman/ Saudara	Dengan keberadaan Kraton Kasunanan yang sudah berusia lama ini sudah banyak yang mengunjungi, banyak wisatawan yang sebelumnya bercerita baik kepada para kerabatnya		V	2
4.	Website	Terdapat website yang dibuat oleh Dinas Pariwisata		V	2
Total					7

Sumber: Hasil Analisis, 2019

Dalam analisis penawaran wisata terdapat 4 jenis komponen wisata dengan jumlah variabel sebanyak 14 variabel. Setiap variabel dalam analisis ini diberi nilai dimana nilai 2 untuk skor tinggi (T) dan nilai 1 untuk skor rendah (R). Penentuan range dalam analisis ini adalah 14 untuk skor rendah (R), 28 untuk skor tinggi (T) dan untuk nilai tengahnya sebesar 21. Sehingga apabila nilai pada analisis penawaran kurang dari sama dengan 21 akan diberi nilai rendah sedangkan apabila lebih dari 21 akan diberi nilai tinggi.

Tabel 6. Kompilasi Analisis Penawaran Wisata

No	Jenis Komponen Wisata	Variabel	Skor
1	Atraksi wisata	4	7
2	Sarana wisata	5	7
3	Aksesibilitas	1	1
4	Informasi dan promosi	4	7
Jumlah		14	22

Sumber: Hasil Analisis, 2019

Berdasarkan Tabel diatas, skor yang didapat adalah 22. Hasil analisis penawaran wisata pada Kraton Kasunanan

Surakarta berada pada range 21 sampai 28 yang berarti mendapatkan nilai tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa keberadaan komponen penawaran wisata di Kraton Kasunanan mendukung terhadap kegiatan pariwisata yang ada.

2. Analisis Permintaan Wisata

Komponen permintaan wisata merupakan pemberian nilai terhadap produk wisata yang ada di Kraton Kasunanan Surakarta berdasarkan karakteristik wisatawan serta pola permintaan. Kondisi yang dihasilkan oleh analisis permintaan nantinya akan dibandingkan dengan analisis penawaran. Berikut adalah analisis permintaan wisata di Kraton Kasunanan Surakarta.

1) Atraksi wisata

Pada Kraton Kasunanan terdapat 4 atraksi yang beragam. Atraksi utama yang ada di destinasi wisata ini adalah Museum Kratonnya dan atraksi yang lainnya yaitu upacara grebeg, sekaten dan satu sura. Dari hasil penyebaran kuisisioner kepada responden bahwa yang memiliki atraksi yang paling menarik adalah Sekaten yaitu memiliki prosentase sebesar 91%, kemudian atraksi museum sebesar 74%, atraksi satu sura 60% dan upacara grebeg memiliki prosentase 23%.

Tabel 7. Analisis Atraksi Wisata

No	Atraksi	Penjelasan	Rendah	Tinggi	Skor
1.	Museum	Sebanyak 74% responden menganggap atraksi ini menarik sehingga mendapatkan nilai tinggi		V	2
2.	Grebeg	Hanya terdapat 23% responden menganggap atraksi ini menarik sehingga mendapatkan nilai rendah	V		1
3.	Sekaten	Sebanyak 91% responden menganggap atraksi ini menarik sehingga mendapatkan nilai tinggi		V	2
4.	Satu sura	Sebanyak 60% responden menganggap atraksi ini menarik sehingga mendapatkan nilai tinggi		V	2
Total					7

Sumber: Hasil Analisis, 2019

2) Sarana wisata

Sarana wisata adalah satu aspek penunjang yang mempengaruhi kenyamanan wisatawan. Apabila pelayanan sarana wisata baik dapat memberikan kepuasan lebih kepada wisatawan. Dari hasil survey yang dilaksanakan mendapatkan hasil bahwa pada toko souvenir sebanyak 78% responden sudah merasa puas dengan adanya toko souvenir yang berada di dekat Museum, PGS, Klewer, BTC dan adanya batik kauman. Untuk sarana wisata warung makan hanya terdapat 45% yang merasa puas dengan adanya warung makan tersebut, karena harus berjalan kaki terlebih dahulu dan tempat kurang memuaskan. Kemudian untuk sarana wisata tempat ibadah sebanyak 66% responden sudah merasa nyaman dengan keadaan masjid tersebut. Selanjutnya untuk wc umum, hanya sebanyak 39% yang menanggapi kondisi toilet di Kraton kasunaan baik dan yang terakhir untuk sarana tempat parkir hanya terdapat 28% yang merasa baik dengan kondisi tempat

parkir, karena dirasa tempat parkir yang jauh dari tempat destinasi wisata.

Tabel 8 Analisis Sarana Wisata

No	Sarana	Penjelasan	Rendah	Tinggi	Skor
1.	Toko Souvenir	Sebanyak 78% responden sudah merasa puas dengan adanya toko souvenir yang berada di dekat Museum, PGS, Klewer, BTC dan adanya batik kauman		V	2
2.	Warung makan	Hanya terdapat 45% yang merasa puas dengan adanya warung makan	V		1
3.	Tempat ibadah	sebanyak 66% responden sudah merasa nyaman dengan keadaan masjid tersebut		V	2
4.	Wc umum	hanya sebanyak 39% yang menanggapi kondisi toilet di Kraton kasunaan baik	V		1
5.	parkir	hanya terdapat 28% yang merasa baik dengan kondisi tempat parkir	V		1
Total					6

Sumber: Hasil Analisis, 2019

3) Aksesibilitas

Walaupun angkutan umum di Kota Surakarta sudah tergolong baik, tetapi angkutan umum ini belum dapat mengakses destinasi Kraton Kasunanan. Untuk menuju ke kraton ini hanya dapat dengan mudah di akses oleh kendaraan pribadi. Terdapat 47% responden menganggap akses dari dan ke Kraton Kasunanan mudah.

4) Informasi dan Promosi

Pengelola Kraton Kasunanan telah melakukan berbagai cara untuk promosi, banyak cara yang telah ditempuh guna meningkatkan promosi dan penyampaian informasi yaitu dengan cara penyebaran brosur, media massa, teman atau saudara dan website. Dari keempat tersebut yang mendapat keberhasilan promosi dari responden adalah dari teman atau saudara dengan prosentase sebesar 82%, kemudian dari website sebanyak 76%, dari brosur

sebanyak 23% dan dari media massa hanya 15%.

Tabel 11. Analisis Informasi dan Promosi Wisata

No	Informasi	Penjelasan	Rendah	Tinggi	Skor
1.	Brosur/ Leaflet	Hanya terdapat 15% yang mengetahui Kraton Kasunanan dari brosur	V		1
2.	Media Massa	Hanya terdapat 23% yang mengetahui Kraton Kasunanan dari media massa	V		1
3.	Teman/ Saudara	Terdapat 82% yang mengetahui Kraton Kasunanan dari teman atau saudara		V	2
4.	Website	Terdapat 66% yang mengetahui Kraton Kasunanan dari		V	2
Total					6

Sumber: Hasil Analisis, 2019

Dalam analisis penawaran wisata terdapat 4 jenis komponen wisata dengan jumlah variabel sebanyak 14 variabel. Setiap variabel dalam analisis ini diberi nilai dimana nilai 2 untuk skor tinggi (T) dan nilai 1 untuk skor rendah (R). Penentuan range dalam analisis ini adalah 14 untuk skor rendah (R), 28 untuk skor tinggi (T) dan untuk nilai tengahnya sebesar 21. Sehingga apabila nilai pada analisis penawaran kurang dari sama dengan 21 akan diberi nilai rendah sedangkan apabila lebih dari 21 akan diberi nilai tinggi.

Tabel 12. Analisis Permintaan Wisata

No	Jenis Komponen Wisata	Variabel	Skor
1	Atraksi wisata	4	7
2	Sarana wisata	5	6
3	Aksesibilitas	1	1
4	Informasi dan promosi	4	6
Jumlah		14	20

Sumber: Hasil Analisis, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa skor permintaan wisata di Kraton Kasunanan sebesar 20. Nilai analisis tersebut berada di bawah nilai tengah yaitu 21. Nilai yang dihasilkan rendah dikarenakan sarana serta informasi dan promosi yang dilakukan masih kurang memadai.

PENUTUP

Dari hasil analisis penawaran dan permintaan destinasi wisata di Kraton Kasunanan Surakarta dapat dilihat bahwa penawaran yang ditawarkan oleh Kraton Kasunanan Surakarta sudah tinggi dan sudah cukup mendukung pariwisata yang ada. Namun dari sisi permintaan mendapatkan nilai yang rendah yang oleh karena itu perlu adanya perhatian khusus untuk dapat mengatasi kekurangan tersebut. Yang perlu adanya perhatian yaitu pada segi permintaan sarana wisata warung makan yang sebaiknya lebih menata tata letak dan memberi fasilitas yang nyaman, kemudian pada sarana wisata WC umum agar lebih sering adanya perawatan, dan untuk tempat parkir dan aksesibilitas sebaiknya sudah disiapkan transportasi khusus dari tempat parkir ke destinasi wisata agar wisatawan merasa nyaman saat mengunjungi Kraton Kasunanan. Kemudian untuk promosi dan informasi wisata sebaiknya lebih menyebarluaskan brosur ke tempat kuliner-kuliner di Surakarta dan dapat juga bekerjasama dengan destinasi wisata di Kota Surakarta dan sekitarnya untuk dapat saling mempromosikan destinasi wisatanya dan untuk promosi lewat media massa dapat mempromosikannya ke TV nasional agar informasi lebih tersebarluaskan dan dapat juga menambah promosi di radio

nasional yang sering didengar oleh masyarakat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Yoeti, Oka. (1996). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa
- Anonym, 2016. Warisan Budaya yang Dapat dikunjungi di Solo. <https://telusuri.id/4-warisan-budaya-kota-solo/>. Diakses pada tanggal 7 Mei 2019 Pukul 21.30 WIB
- Badan Pusat Statistik, 2012-2014. Surakarta Dalam Angka Tahun 2012-2014. Kota Surakarta: Badan Pusat Statistik
- Davidson, G. dan C, McConville. 1991. A Heritage Handbook. St Leonard, NSW: Allen and Unwin
- Dinas Pariwisata Kota Surakarta, 2015-2016. Jumlah Pengunjung Kraton Kasunanan Surakarta. Kota Surakarta: Dinas Pariwisata Kota Surakarta
- Galla, A. 2001. Guidebook for the Participation of Young People in Heritage Conservation. Brisbane: Hall and Jones Advertising.
- Gunn, Clare A. 1994. Tourism Planning: Basic, Concepts, Cases (Third Edition). USA: Taylor & Francis.
- Medlik, S.1980. Tourism Past, Present and Future. London: Heinman
- Nurdiyansah. 2014. Peluang dan Tantangan Pariwisata Indonesia. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Pariwisata Solo, 2018. Keraton Kasunanan Surakarta. <http://pariwisatasolo.surakarta.go.id/wisata/keraton-surakarta-hadiningrat>. Diakses pada tanggal 9 Mei 2019 Pukul 23.00 WIB
- Pearce, 1989. Tourism Development, University of Conterbury, ChristchurchNew Zealand.
- Pemerintah Indonesia, 2009. Undang-undang nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan. Jakarta: Sekretariat Negara
- Pendit, I Nyoman, S. 1994. Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana. Cetakan Keenam (Edisi Revisi). Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Soetomo, Anton. 1994. Buku Pintar dan Sadar Wisata Pendidikan Kepariwisataaan. Solo: CV Aneka
- Suyitno. (2001). Perencanaan Wisata. Yogyakarta: Kanisius.
- Vridawati, 2012. Keesksotisan Kraton Kasunan Surakarta yang Menyimpan Banyak Sejarah. https://travel.detik.com/dtravelers_stories/u-1821367/keeksotisan-keraton-kasunanan-surakarta-menyimpan-banyak-sejarah. Diakses pada tanggal 7 Mei 2019 Pukul 22.00 WIB
- Wahab, Salah. 1975. Tourism Management. London: Tourism International Press.
- Wahab, Salah. 1976. Pemasaran Pariwisata. Terjemahan oleh Frans Gromang. 1992. Jakarta: Pradnya Paramita.