

**DAYA TARIK KAWASAN COYUDAN SEBAGAI DESTINASI WISATA
BELANJA DI KOTA SURAKARTA
(Studi Kasus : Kawasan Coyudan, Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta)**

Aditya Chrisma Pradana, Istijabatul Aliyah

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

Abstrak

Belanja telah menjadi kegiatan wisata utama dan menyumbang cukup banyak pengeluaran pariwisata. Kawasan Coyudan adalah salah satu kawasan di Surakarta yang terletak di tengah kota dan terkenal untuk kegiatan belanja. Ada banyak tempat belanja yang dapat ditemukan di sini, pengunjung dapat menemukan berbagai barang dengan harga murah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mencoba mengetahui bagaimana kegiatan wisata belanja dan wisata budaya dari perspektif pengunjung dan pedagang. Strategi analisis data kualitatif dipekerjakan melalui wawancara pribadi bersama dengan pengunjung. Temuan menunjukkan bahwa kebanyakan orang mengunjungi kawasan Coyudan karena mereka dipengaruhi oleh berbagai daya tarik. Sementara itu, kegiatan perdagangan di kawasan Coyudan adalah motivasi yang memikat pengunjung dan pemborong ke kota Surakarta. Bagian penutup dari makalah ini menunjukkan bahwa kawasan Coyudan akan mendapat manfaat dari dukungan konkret yang diberikan oleh pemerintah dan investor swasta. Kerja sama ini pasti akan membantu meningkatkan zona belanja dengan memfasilitasi pembangunan infrastruktur belanja yang efisien, tidak hanya bagi pengunjung, tetapi juga bagi masyarakat setempat secara keseluruhan.

Kata Kunci: Wisata, Daya Tarik Wisata, Wisata Belanja

PENDAHULUAN

Kota Surakarta merupakan salah satu kota yang ditentukan sebagai PKN dan Kawasan Andalan di Provinsi Jawa Tengah dan telah menjadi salah satu kota tujuan wisata bagi pengunjung dengan skala nasional maupun internasional. Sebagai kota tujuan wisata nasional maupun internasional, perkembangan kegiatan pariwisata di

Kota Surakarta tidak dapat dipisahkan oleh wisatawan dan berbagai sarana prasarana pendukung pariwisata yang berhubungan dengan aksesibilitas dan kenyamanan.

Mengembangkan pariwisata di perkotaan adalah usaha untuk meningkatkan pendapatan asli daerah melalui pajak hotel dan restoran, dan sekaligus meningkatkan aktivitas ekonomi di perkotaan. Dalam Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surakarta Tahun 2011 - 2031 dinyatakan bahwa Kota Surakarta berperan sebagai kota jasa dengan sektor andalan yaitu sektor pariwisata khususnya wisata budaya.

Jika dilihat secara kumulatif dari 2016 ke 2017 wisatawan mancanegara yang masuk ke Solo melalui Bandara Adi Soemarmo meningkat. Sebab kumulatif bulan Januari hingga bulan Desember 2016 tercatat 3.679 wisatawan mancanegara. Sedangkan kumulatif 2017 tercatat 7.088 wisatawan mancanegara.

Ruang lingkup pariwisata sebelumnya sebatas jalan-jalan dan mencari pengalaman di daerah atau negara lain. Namun, istilah ini berkembang menjadi konsep yang lebih komprehensif yang mencakup keragaman yang lebih besar (Wong & Wan, 2013). Evolusi ini menunjukkan bahwa perjalanan adalah kegiatan yang orang-orang lakukan untuk

memenuhi kegiatan mereka. Oleh karena itu, agen perjalanan menciptakan berbagai jenis paket perjalanan yang sesuai dengan selera yang berbeda, di antaranya pariwisata belanja, dengan tujuan belanja tunggal, menjadi tren yang jelas (Tomori, 2010). Kenikmatan ini dapat dikaitkan dengan fakta bahwa belanja memungkinkan seseorang untuk menjadi akrab dengan budaya unik dari negara yang dikunjungi dan bahwa dengan belanja dapat memberikan kepuasan (Way & Robertson, 2013). Kebutuhan dan keinginan untuk berbelanja telah menjadi motif bagi wisatawan untuk bepergian, dan hasil dari keinginan untuk *refreshing*, keluar dari rutinitas, dan menerima tantangan yang berkaitan dengan belanja (Kim, Timotius, & Hwang, 2011; Rabbiosi, 2011). Wisatawan mencari pengalaman belanja yang menyenangkan dan praktis. Meskipun turis mungkin tidak benar-benar membeli produk, kegiatan itu tetap dapat memberi mereka kesenangan.

KAJIAN PUSTAKA

1. Definisi Wisata

Pengertian wisata menurut Undang-Undang Nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisata, didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Sedangkan menurut World Tourism Organization (WTO) wisata berarti kegiatan orang-orang yang bepergian ke tempat-tempat di luar lingkungan mereka biasanya tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk rekreasi, bisnis dan keperluan lainnya tidak terkait dengan pelaksanaan kegiatan ekonomik tempat

yang dikunjungi. Jadi wisata mengandung unsur sementara untuk menikmati obyek wisata dan bukan kegiatan ekonomik.

Pariwisata bukan hanya sekedar bepergian dan berwisata saja, melainkan juga timbulnya keterkaitan lain yang berhubungan dengan destinasi wisata tersebut. Para ahli menjabarkan tujuan pariwisata sebagai optimalisasi pemanfaatan dan pengembangan sumber-sumber daya pariwisata (Nurhidayati, 2011), sehingga dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah sebuah lembaga yang berhubungan dengan banyak sekali interaksi dengan pihak lain.

2. Definisi Belanja

Kegiatan belanja merupakan salah satu kegiatan dasar manusia, dikatakan dasar karena manusia tidak akan dapat memenuhi kebutuhannya dengan baik tanpa adanya kegiatan tersebut. Belanja merupakan kegiatan pemerolehan barang atau jasa dari penjual dengan tujuan pembeli pada waktu itu. Kegiatan berbelanja meliputi dua aktivitas, yaitu aktivitas memperoleh informasi tentang ketersediaan pilihan, karakteristik, dan detail transaksi di sebuah toko ritel dan aktivitas memperoleh barang dan jasa (Fathonah, 2009).

Aktivitas berbelanja terjadi ketika adanya kebutuhan konsumen akan barang-barang tertentu, cukup waktu dan uang yang dialokasikan untuk bepergian ke sebuah toko atau pergi berbelanja, atau ketika seorang konsumen membutuhkan perhatian, ingin bersama sahabat-sahabat, keinginan untuk bertemu orang-orang yang mempunyai minat serupa, merasakan kebutuhan untuk berlatih atau mempunyai waktu luang (Japariato, 2010). Dalam penerapannya, secara sekilas belanja

terlihat sederhana namun pada kenyataannya terdapat hal-hal tertentu yang harus diperhatikan, terutama yang berkaitan dengan karakteristik barang yang dibutuhkan dan faktor-faktor eksternal di sekitar.

3. Pengalaman Belanja Wisatawan

Belanja wisatawan dapat dikategorikan berdasarkan faktor yang mempengaruhi perilaku mereka. Belanja sebagai komponen penting dalam berwisata merupakan campuran dari persepsi produk, layanan dan tempat. Wisatawan yang datang ke suatu destinasi dalam jangka tertentu akan membelanjakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan hidup selama berada di destinasi wisata (Nurhidayati, 2011).

Para peneliti setuju belanja sebagai kegiatan pariwisata telah mengalami peningkatan secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir, oleh karena itu pusat belanja atau tempat-tempat perbelanjaan menjadi lebih penting untuk pariwisata sehari-hari (Yimsrisai & Khemarangsana, 2012). Belanja wisatawan tersebut akan membawa dampak ekonomi pada masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung (Nurhidayati, 2011).

4. Faktor-faktor yang memotivasi wisatawan untuk berbelanja

Alasan dikembangkannya *Shopping Motivation* adalah bahwa dalam aktivitas belanja seseorang termotivasi oleh berbagai kebutuhan psikologis disamping juga faktor dari nilai guna suatu produk (Japariato, 2010). Alasan murni menjadi faktor penentu dalam berbelanja, dimana seseorang menggunakan uang untuk membeli sesuatu yang diinginkan, tetapi

seringkali mereka tidak bertujuan untuk membeli melainkan hanya melihat-lihat berbagai macam jenis barang yang ditawarkan.

5. Definisi *Shopping Tourism*

Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Belanja artinya kegiatan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang secara sukarela tanpa ada paksaan untuk membeli segala keperluan yang dibutuhkan (Timothy, 2005). Maka, wisata belanja secara singkat disimpulkan sebagai suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang bukan sekedar hanya jalan-jalan tetapi sekaligus untuk membeli keperluan dan melihat-lihat serta menikmati daya tarik dari kawasan wisata belanja tersebut.

Wisata belanja menawarkan belanja sebagai kegiatan utama, ketika mencari kebutuhan yang diinginkan mulai dari belanja barang-barang antik, barang-barang modern hingga kebutuhan akan buah tangan ciri khas daerah kunjungan wisata yang dapat dibawa ketika meninggalkan objek wisata (Ismayanti, 2011, hal. 159).

Komponen pendukung wisata belanja guna menarik minat wisatawan berkunjung menurut (Raluca & Gina, 2010) antara lain :

- 1) Aksesibilitas, segala aspek guna mendukung terselenggaranya wisata belanja berupa transportasi yang meliputi akses menuju objek wisata, jalan yang memadai berikut pengelolaan lalu-lintas guna menghindari kemacetan.
- 2) Ketersediaan produk yang dibutuhkan dengan harga jual yang kompetitif.

- 3) Keamanan, jaminan akan keamanan dan kenyamanan pengunjung selama berbelanja.
- 4) Fasilitas lain sebagai komponen pendukung yang dibutuhkan oleh pengunjung seperti lahan parkir, tempat beribadah, akses komunikasi dan informasi, pelayanan produk perbankan, fasilitas kebersihan dll.

METODE PENELITIAN

Studi ini dimulai dengan tinjauan literatur sebagai upaya untuk memahami perkembangan saat ini di kawasan Coyudan. Setelah meninjau, penelitian awal dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang pengembangan pariwisata di kawasan Coyudan, yang selanjutnya akan mengarah pada pemahaman lokasi wisata belanja di kota Surakarta. Peneliti melakukan wawancara dengan pengunjung dan pedagang untuk memahami persepsi mereka terhadap kegiatan belanja di kawasan Coyudan. Peneliti juga melakukan pencarian data di internet untuk mendapatkan informasi-informasi atau foto-foto yang tidak didapatkan di lapangan.

Metode analisis yang digunakan adalah kuantitatif, dengan cara sebagai berikut :

- 1) Penggalian teori mengenai *Shopping Tourism* dari beberapa ahli
- 2) Melakukan pencarian data baik primer maupun sekunder
- 3) Melakukan analisis dari data yang sudah didapat dengan teori yang sudah diperoleh sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kegiatan transaksi di kawasan Coyudan

Belanja telah menjadi kegiatan yang umum di banyak bagian dunia. Wisata belanja umumnya menarik penduduk lokal dan wisatawan domestik. Para wisatawan bersedia bepergian ke luar lingkungan rumah mereka untuk tujuan berbelanja. Mereka kadang-kadang dikenal sebagai "outshoppers". Kegiatan ekonomi dan rekreasi telah menjadi dua faktor yang menarik para pembeli untuk bepergian ke kota atau daerah lain dan pusat-pusat perbelanjaan. Selain belanja, kegiatan pariwisata lainnya di kawasan Coyudan adalah kuliner.



Gambar 1. Warung Tengkleng
Sumber: Observasi Primer

Selain kawasan Coyudan, tempat wisata untuk berbelanja di Kota Surakarta adalah Ngarsopuro, Pasar Gedhe, Pusat Grosir Solo (PGS). Namun, patut dipertanyakan apakah pembangunan dapat menguntungkan ekonomi lokal dan masyarakat setempat. (Taylor, 1995) menyebutkan bahwa pengusaha pariwisata dalam suatu komunitas sebenarnya bukan bagian dari komunitas itu. Mereka adalah "pendatang" atau orang asing yang mendapat untung dari pengembangan pariwisata. Meskipun mereka adalah orang asing, mereka perlu dimasukkan dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata karena dalam banyak kasus, sebagian besar dari mereka aktif dalam peran mereka dibandingkan dengan penduduk setempat.

Mereka juga orang-orang yang lebih banyak berinteraksi dengan turis dibandingkan dengan penduduk setempat.

Kartiman dan Zaihasrawati (dalam Yahya, Mohammad, & Habibah, 2008) menyatakan bahwa kegiatan pariwisata yang mampu menghasilkan ekonomi lokal adalah kegiatan yang mendorong wisatawan untuk menginap setidaknya semalam, membelanjakan uang mereka pada berbagai aspek seperti makanan dan minuman, hiburan, rekreasi, bersantai dan bergerak menggunakan moda transportasi lokal, dan berbagai layanan lokal. Ini menyebabkan banyak uang masuk dari luar. Efek multiplier pariwisata akan disebarkan melalui berbagai fasilitas dan layanan terkait pariwisata. Namun, situasi seperti ini tidak ada di kawasan Coyudan karena sebagian besar wisatawan yang mengunjungi kawasan ini adalah pelancong siang hari yang hanya berbelanja, tetapi tidak menginap. Dengan kata lain, para pengunjung sebagian besar tidak menggunakan layanan lokal yang ditawarkan.

2. Shopping tourism di kawasan Coyudan

Kawasan Coyudan ini identik dengan belanja. Wisatawan yang mengunjungi Kawasan Coyudan biasanya melintasi kawasan ini setelah berkunjung ke Keraton Kasunanan. Ada beberapa pasar atau kompleks yang menjadi rumah toko eceran. Salah satu pasar adalah Pasar Klewer. Kompleks perbelanjaan lainnya terletak di sepanjang jalan DR. Radjiman yang masih di lingkup kawasan Coyudan. Berbagai barang dan jasa terdapat di kanan dan kiri jalan DR. Radjiman ini, seperti toko pakaian, toko elektronik, toko sepatu, toko emas dan tempat makan atau kuliner.



Gambar 2. Kompleks Perbelanjaan
Sumber: Observasi Primer



Gambar 4. Salah satu ATM di Coyudan
Sumber: Observasi Primer

Dari pengamatan dan studi lapangan yang dilakukan, Pasar Klewer menarik sebagian besar pengunjung dan pembeli. Bus wisata domestik menurunkan rombongan mereka di dekat Pasar Klewer dibandingkan dengan area perbelanjaan lainnya. Ada stan taksi dan area parkir umum besar yang tersedia di sebelah gedung Pasar Klewer, yang tidak ada di tempat perbelanjaan lainnya. Anjungan Tunai Mandiri (ATM) tidak tersedia di setiap kompleks perbelanjaan dan pengunjung mungkin harus berjalan cukup jauh ke bank atau ATM terdekat yang tersedia di toko yang dipilih di sepanjang jalan DR. Radjiman. ATM tersedia di lantai dasar Pasar Klewer.



Gambar 3. Pasar Klewer
Sumber: Observasi Primer

Aktivitas ekonomi utama kawasan Coyudan adalah perdagangan. Ada rencana untuk merenovasi salah satu pusat perbelanjaan di kawasan Coyudan yaitu Pasar Klewer. Sebelumnya banyak pedagang yang masih enggan untuk pindah di tempat sementara yang telah disediakan oleh Pemerintah Kota Surakarta. Namun, para pedagang ini terpaksa berpindah ke tempat yang telah disediakan oleh pemerintah karena terjadi kebakaran dahsyat yang terjadi di Pasar Klewer. Kebakaran ini membuat banyak pedagang merugi puluhan hingga ratusan juta. Lalu dilakukanlah renovasi dan pembangunan kembali bangunan utama Pasar Klewer yang telah terbakar. Saat ini proses pembangunan dan renovasi sudah selesai dan para pedagang sudah mulai berdagang di dalam bangunan Pasar Klewer ini. Aktivitas perdagangan mulai kembali seperti semula dengan suasana baru dan lebih tertata.



Gambar 5. Kondisi Pasar Klewer setelah Renovasi

Sumber: Observasi Primer

Namun, dalam hal terminologi wisata, kegiatan belanja di kawasan Coyudan tidak termasuk kegiatan berwisata karena kawasan ini berperan sebagai tujuan outshopping domestik. Situasi ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa sebagian besar pembeli adalah orang Surakarta itu sendiri atau warga lokal. Kawasan Coyudan juga dianggap sebagai tempat transit bagi wisatawan luar kota maupun internasional yang hendak berkunjung ke tempat wisata dari daerah atau kota lain.

Agak disayangkan bahwa kawasan Coyudan kekurangan hotel dan fasilitas wisata. Terlihat bahwa di sepanjang jalan DR. Radjiman, kanan kirinya hanyalah pertokoan. Tidak seperti di kawasan wisata belanja lainnya seperti kawasan Malioboro yang terdapat banyak hotel dan fasilitas wisata lainnya.

Penulis melakukan wawancara dengan para pengunjung dan pedagang yang ada di kawasan Coyudan yaitu di Pasar Klewer dan Pertokoan sepanjang jalan DR. Radjiman. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pandangan pengunjung dan pedagang mengenai kegiatan wisata belanja yang ada di Kawasan Coyudan dengan beberapa kriteria. Setelah di dapatkan hasil wawancara dengan para pengunjung dan pedagang, penulis kemudian membandingkan dan mencocokkan dengan pandangan dan hasil observasi dari penulis.

Berikut Tabel pandangan dan hasil observasi penulis dan hasil wawancara penulis dengan pengunjung dan pedagang di kawasan Coyudan :

Tabel 1. Pandangan Penulis dan Wawancara Pengunjung dan Pedagang di Kawasan

Coyudan

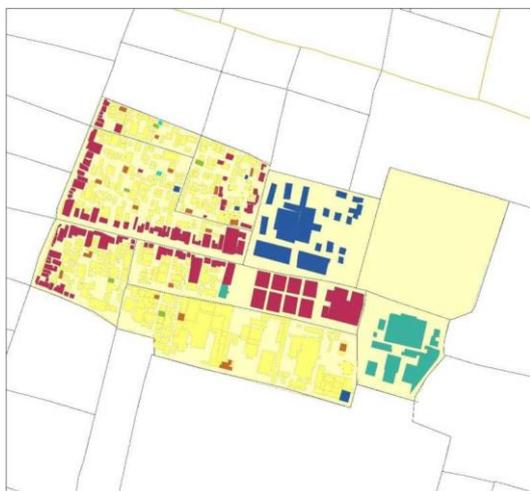
Kriteria	Penulis	Pengunjung dan Pedagang
Ketersediaan fasilitas pendukung	Masih kurang	Sudah cukup, Cuma beberapa belum ada, seperti toilet umum, pos keamanan
Tingkat kenyamanan	Cukup nyaman, sudah lebih nyaman dibandingkan dulu	Cukup nyaman,
Upaya pemerintah dalam pembangunan	Masih kurang tersedia fasilitas seperti lahan parkir, jembatan penyebrangan, dan lain lain	Bagus, sudah lebih tertata dan rapi. Untuk fasilitas masih kurang toilet umum, atm, parkir kadang penuh,
Bantuan dari swasta	Belum cukup terlihat	Belum pernah
Keamanan	Masih kurang, hanya terdapat satu pos keamanan	Sejauh ini masih aman aman saja
Memilih kawasan ini untuk wisata belanja	Harga murah, bisa ecer maupun grosir, beraneka ragam, banyak barang khas, terdapat wisata kuliner	Harga murah, bisa ecer maupun grosir, beraneka ragam, banyak barang khas, terdapat wisata kuliner

Sumber: Observasi Primer

Dari tabel tersebut dapat diperoleh data atau hasil yaitu ketersediaan fasilitas pendukung wisata belanja seperti ATM, Toilet Umum, Pos Keamanan, tempat transit atau istirahat pengunjung masih belum tersedia secara optimal. Masih kurangnya ketersediaan fasilitas pendukung wisata belanja ini akan mempengaruhi kegiatan wisata belanja yang ada di kawasan Coyudan, pengunjung akan kesulitan untuk melakukan kegiatan wisata belanja dan tidak menutup kemungkinan akan berpengaruh ke kenyamanan pengunjung. Meskipun begitu, tingkat keamanan kenyamanan di Kawasan Coyudan terbilang meningkat dibandingkan dahulu. Perbedaan ini terlihat jelas ketika adanya renovasi di bangunan Pasar Klewer, Pasar Klewer yang sekarang lebih nyaman dan aman. Tindak kriminalitas juga sudah jarang dan hampir tidak terdengar kembali di Kawasan Coyudan. Hal ini tidak lepas dari upaya pemerintah dalam penataan kawasan

Coyudan agar lebih rapi, nyaman dan berdaya saing dengan kawasan lainnya. Namun, seperti penjelasan diatas, untuk ketersediaan fasilitas pendukung wisata belanja dari pemerintah masih kurang. Didapatkan juga data yaitu kawasan Coyudan ini memiliki daya tarik sebagai wisata belanja dikarenakan harga-harga yang ditawarkan disini terbilang murah dan beraneka ragam dibandingkan pusat perbelanjaan lainnya. Tidak hanya itu, Kawasan Coyudan juga didukung dengan adanya warung-warung makan yang menjual kuliner khas Surakarta.

Kawasan Coyudan tidak hanya terdapat bangunan dan kegiatan perdagangan dan jasa saja, di kawasan Coyudan juga terdapat permukiman penduduk dengan aktivitas penduduk yang tidak berbeda dengan aktivitas penduduk di tempat lainnya. Di permukiman penduduk ini tidak terdapat kegiatan wisata khususnya wisata belanja. Selain permukiman juga terdapat Masjid Agung Surakarta dan Keraton Kasunanan sebagai wisata rohani dan wisata budaya yang mendukung kegiatan wisata belanja di Kawasan Coyudan. Berikut peta kawasan Coyudan menurut penggunaan lahannya:



Gambar 6. Penggunaan Lahan Kemacetan Kawasan Coyudan

Sumber: Observasi Primer

3. Analisis

Dari data yang didapatkan, aktivitas pariwisata yang terdapat di Kawasan Coyudan ini adalah wisata belanja, wisata budaya dan wisata rohani. Wisata belanja sebagai aktivitas utama di kawasan Coyudan ini didukung oleh wisata budaya dan wisata rohani yang ada di sekitar kawasan yaitu Keraton Kasunanan dan Masjid Ageng Surakarta.

Berdasarkan teori komponen pendukung wisata belanja menurut (Raluca & Gina, 2010) yang pertama yaitu aksesibilitas yang baik. Aksesibilitas di kawasan Coyudan terbilang tidak lancar karena masih didapati kemacetan lalu lintas yaitu kendaraan dalam kondisi berhenti atau bergerak sangat lambat mulai dari jalan supit urang. Akan tetapi aksesibilitas di kawasan ini sudah didukung oleh transportasi umum yaitu Batik Solo Trans koridor 3. Tidak hanya Batik Solo Trans saja tetapi juga ada transportasi umum lainnya yaitu becak dan andong.



Gambar 7. Kondisi Kemacetan Kawasan Coyudan

Sumber: Observasi Primer

Kemacetan di kawasan Coyudan ini tidak boleh dibiarkan begitu saja, harus ada solusi atau upaya dari pemerintah untuk mengatasi kemacetan ini agar tidak mengganggu kegiatan wisata budaya yang ada di Kawasan Coyudan.

Komponen pendukung wisata belanja yang kedua yaitu ketersediaan produk dengan harga jual yang kompetitif, di kawasan Coyudan sendiri terdapat beraneka ragam barang dan jasa yang diperdagangkan, mulai dari pakaian, barang elektronik, kebutuhan rumah tangga hingga perhiasan. Harga yang ditawarkan terbilang murah dibandingkan dengan pusat-pusat perbelanjaan lainnya di Kota Surakarta. Pembeli juga bisa melakukan tawar-menawar harga.

Komponen pendukung wisata belanja yang ketiga yaitu keamanan dan kenyamanan, di kawasan Coyudan, berdasarkan observasi penulis dan juga wawancara pengunjung dan pedagang, tingkat keamanan di kawasan Coyudan terbilang cukup aman, belum didapati tindak kriminalitas dalam 2 tahun terakhir ini. Akan tetapi masih jarang didapati pos keamanan di setiap sudut di kawasan Coyudan, pos keamanan hanya didapati di seberang Pasar Klewer. Kenyamanan di kawasan Coyudan terbilang cukup nyaman

terlebih lagi dengan di renovasinya bangunan Pasar Klewer sehingga lebih tertata, hanya saja untuk para pejalan kaki masih sedikit terganggu karena ada beberapa pedagang kaki lima dan jasa jual beli perhiasan yang berjualan di trotoar atau jalur pejalan kaki.



Gambar 8. Beberapa PKL (Jasa Jual Beli Perhiasan) yang berada di trotoar Jalan DR Radjiman

Sumber: Observasi Primer

Komponen pendukung wisata belanja yang terakhir yaitu fasilitas lain seperti lahan parkir, tempat beribadah, akses komunikasi dan informasi, pelayanan produk perbankan, fasilitas kebersihan, dan lain-lain. Berdasarkan observasi penulis di lapangan, ketersediaan fasilitas pendukung wisata terutama wisata belanja masih kurang seperti kurangnya ketersediaan ATM, tidak adanya lahan parkir khusus di sepanjang jalan DR Radjiman, lahan parkir hanya ada di kanan kiri jalan DR Radjiman atau *parking on street* yang juga dapat berdampak pada aksesibilitas kawasan. Fasilitas akomodasi seperti hotel juga masih jarang ditemui di dalam kawasan Coyudan, namun tersedia di dekat kawasan. Ketersediaan toilet umum juga tidak didapati di kawasan Coyudan.



Gambar 8. *Parking on Street* di jalan DR Rajiman

Sumber: *Observasi Primer*

Berdasarkan hasil analisis tersebut, sesuai dengan teori komponen pendukung wisata belanja menurut (Raluca & Gina, 2010), diperoleh hasil bahwa daya tarik kawasan Coyudan sebagai destinasi wisata belanja di Kota Surakarta masih belum optimal dikarenakan aksesibilitas yang terkadang masih terhambat dan ketersediaan fasilitas pendukung wisata belanja belum cukup memenuhi untuk kebutuhan wisata belanja.

Jika dilihat dari riset oleh (Nisa & Haryanto, 2014) tentang wisata belanja yang ada di kawasan Malioboro (Yogyakarta), Kawasan Coyudan memiliki kemiripan dengan Kawasan Malioboro yaitu kompleks pertokoannya memiliki bentuk linier atau memanjang di sepanjang jalan di tengah kawasan. Kemiripan lainnya yaitu penggunaan lahan dan kegiatan yang tidak hanya perdagangan dan jasa saja tetapi juga ada kegiatan rohani dengan adanya Masjid Malioboro dan kegiatan budaya dengan adanya Keraton Ngayogyakarta Hadiningrat. Dengan adanya kegiatan wisata rohani dan budaya di kawasan Malioboro tersebut menambah daya tarik kawasan Malioboro sebagai destinasi wisata belanja di kota Yogyakarta. Kawasan Coyudan memiliki perbedaan dengan Kawasan Malioboro dalam hal

aksesibilitasnya yaitu kawasan Malioboro memiliki jalur khusus pejalan kaki yang memberikan kenyamanan lebih bagi para pengunjung. Oleh karena itu, kawasan Malioboro ditetapkan sebagai kawasan ramah pejalan kaki.

PENUTUP

Shopping Tourism atau wisata belanja di Kawasan Coyudan, Surakarta memiliki daya tarik pariwisata yang didukung oleh wisata budaya, wisata rohani dan wisata kuliner kawasan disekitarnya. Akan tetapi *Shopping Tourism* di Kawasan Coyudan masih belum optimal karena masih ada kekurangan dalam segi aksesibilitas dan amenities atau fasilitas menurut riset dari (Baharuddin, Kasmita, & Salam, 2015). Meskipun begitu pengunjung tidak perlu khawatir dalam menghadapi kemacetan yang ada di kawasan karena sudah ada transportasi umum dan pengunjung tidak perlu bingung untuk mencari penginapan karena di sekitar kawasan sudah terdapat penginapan yang mudah dijangkau dari kawasan. Kawasan Coyudan dapat lebih dikembangkan lagi sebagai destinasi wisata belanja di Kota Surakarta dengan penataan lahan parkir dan lokasi berjualan yang lebih rapi dan tertib. Pemerintah juga harus lebih memfasilitasi para pengunjung dengan berbagai fasilitas pendukung wisata terutama wisata belanja. Dengan begitu daya tarik Kawasan Coyudan sebagai destinasi wisata belanja yang ada di Kota Surakarta lebih meningkat dan dapat menarik lebih banyak wisatawan sesuai dengan teori komponen pendukung wisata belanja oleh (Raluca & Gina, 2010).

DAFTAR PUSTAKA

- Baharuddin, A., Kasmita, M., & Salam, R. (2015). Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Malioboro Kota Yogyakarta.
- Fathonah, S. (2009). PENGARUH HEDONIC SHOPPING MOTIVATIONS . *Journal Siasat Bisnis*, 287-300.
- Ismayanti. (2011). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Japarianto, E. (2010). Analisa Faktor Type Hedonic Sopping Motivation dan Faktor Pembentuk Kepuasan Tourist Shopper di Surabaya.
- Nisa, A. F., & Haryanto, R. (2014). Kajian Keberadaan Wisata Belanja Terhadap Pertumbuhan Jasa Akomodasi di Jalan Sosrowijayan dan Jalan Dagen. *Jurnal Teknik PWK Volume I Nomor 3*.
- Nurhidayati, S. E. (2011). Analisis Pola Belanja Wisatawan Kelompok di Kota Batu. 328335.
- Raluca, D. C., & Gina, S. (2010). The Impact Of Shopping Tourism On The Future Of Leisure Services.
- Timothy, D. (2005). *Shopping Tourism, Retail and Leisure*. Canada: Cromwell Press.
- Yimsrisai, A., & Khemarangsai, A. (2012). A Pilot Study of factors affecting tourist decisions on choosing Bangkok as a destination. *The 2nd national and International Graduate Study Conference*.
- Undang-Undang Nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisataaan
- World Tourism Organization (WTO)