

2. LANDASAN TEORI

2.1. Penjelasan Antar Konsep

2.1.1. Pariwisata

The World Travel and Tourism Council (1991), mengungkapkan bahwa pariwisata adalah industri penting dan terbesar di dunia (Anshori dan Satya, 2008, p.3). Sedangkan menurut Anshori, “ *Tourism is about coordination, synergy, and consistency*”(2008, p.xix). Richardson dan Fluker mengatakan bahwa pariwisata itu adalah lebih dari sekedar seseorang sedang liburan dan jauh dari rumah , tapi pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang paling meresap yang berkaitan dengan ekonomi, pemerintahan , lokasi, dan bisnis, serta sangat penting yang dapat memberikan dampak bagi kehidupan sosial, budaya, dan lingkungan (2004, p 4). Berpariwisata adalah suatu proses kepergian sementara seseorang atau lebih menuju tempat lain diluar 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 (Suwanto, 2004, p3)

Sedangkan menurut Yayan, wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Wisata itu mengandung unsur yaitu : (1) Kegiatan perjalanan; (2) Dilakukan secara sukarela; (3) Bersifat sementara; (4) Perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata (2008).

2.1.2. Urban Tourism

Menurut Andriani (2011), kota merupakan destinasi dengan multimotivasi, tidak seperti resor-resor pada umumnya.

Sedangkan menurut Ferbianty (2007), wisata perkotaan atau *urban tourism* merupakan salah satu bentuk wisata yang memanfaatkan fasilitas perkotaan yang

memberikan suatu pengalaman bagi wisatawan karena atribut yang dimiliki kota tersebut :

1. Peninggalan sejarah berupa bangunan dengan arsitektur yang khas, museum, gedung pemerintahan dan swasta, gedung bekas hunian orang terkenal dalam sejarah dan sebagainya.
2. Lokasi dan posisi geografis yang menarik seperti kota pantai dengan *waterfrontnya*, kota sungai dengan *riverfrontnya* atau kota pegunungan dengan *hill top viewnya*.
3. Pusat perbelanjaan , tempat makan dan hiburan dengan berbagai gaya dan selera yang memberikan kesan prestisius bagi yang mencari identitas.
4. Tempat berlangsungnya peristiwa menarik seperti peristiwa olahraga , seni dan budaya, konferensi ilmiah dan lainnya.

Sedangkan menurut Page dan Hall *Urban Tourism* adalah salah satu bentuk pariwisata yang penting yang konteksnya bermain di area perkotaan (2003, p 16) .Menurut Page dan Hall yang memotivasi seseorang mengunjungi daerah perkotaan adalah (2003, p 84) :

- *Visiting Friends and relatives*
- *Business/convention*
- *Outdoors recreation*
- *Entertainment and sightseeing*
- *Personal reasons*
- *Shopping*
- *Other Factors*

Stephen J Page and C Michael Hall juga mengatakan bahwa *urban tourism* bisa menjadi kota yang multifungsi yang dapat dibagi menjadi :

- *Historic City*
- *The cultural city*
- *The business city*
- *The Sport City*
- *The nightlife city*
- *The leisure shopping city*

- *The tourist city*

Menurut Lloyd (2007) definisi *urban tourism* adalah:

“the consumption of city spectacles (such as architecture, monuments, and parks) and cultural amenities (such as museums, restaurants, and performances) by visitors.”

Ruetsche (2006), menyatakan bahwa dalam konteks *urban tourism*, sebuah kota menarik bagi *visitor* karena memiliki sejumlah elemen. Elemen dapat dibagi menjadi tiga: elemen utama, elemen sekunder, dan elemen tambahan. Elemen utama terdiri dari tempat aktivitas (seperti museum, teater, fasilitas olahraga, dan festival) dan *leisure setting* (seperti bangunan historis yang menarik, area *waterfront*, tradisi lokal yang menarik, aspek keamanan dan keramahan warga). Elemen sekunder meliputi akomodasi dan lokasi *shopping*. Elemen tambahan mencakup aksesibilitas kota, sarana transportasi, dan ketersediaan informasi untuk *visitor*.

2.1.3. Cultural Tourism & Heritage Tourism

Menurut Silberberg (1995), *Cultural tourism* didefinisikan sebagai kunjungan dari seorang yang berasal dari luar *host community* berdasarkan motivasi (seluruhnya atau sebagian) ketertarikan pada nilai sejarah, seni, ilmiah, atau *heritage* yang ditawarkan suatu komunitas, agama, kelompok, atau institusi. Sedangkan menurut Sigala dan Leslie, *heritage and cultural tourism* adalah yang mengarah pada tempat-tempat yang spesial yang menyajikan atraksi dari *heritage* dan budaya. Pada Negara yang berkembang yang termasuk atraksi *heritage* dan budaya adalah, seni, museum, orkestra dan penampilan musik lainnya, karena turis-turis akan pergi ke tempat yang spesifik untuk melihat museum yang terkenal dan untuk melihat atau mendengar penampilan musik yang spesial, sedangkan dinegara yang kurang maju yang termasuk atraksi budaya dan *heritage* adalah kebiasaan keagamaan (ritual), kerajinan tangan dan penampilan kebudayaan misalnya tarian, memasak, dan lainnya (2005, p 5). Menurut mereka juga, yang termasuk *heritage products* adalah artefak, situs-situs peninggalan

sejarah dan *event*, dan ada 8 hal yang dibawah ini yang bisa membuat turis-turis senang dan mengunjungi *heritange* dan *culture products*, antara lain (2005. p 9-10) :

1. *Preceived quality of the product*
2. *Awareness*
3. *Customer service attitude*
4. *Sustainability*
5. *Extent to which product is perceived to be unique or special*
6. *Convenienc*
7. *Community support and involvement*
8. *Management commitment and capability*

Turis-turis atau pengunjung dari *heritage* dan *cultural tourism* dapat juga dibagi berdasarkan karakteristiknya, yaitu:

- *Aficionados* adalah tipe turis yang sangat profesional pada saat belajar mengenai sejarah
- *Event Visitors* adalah tipe turis yang mengunjungi tempat tertentu apabila ada *special event* ditempat itu.
- *Tourist* adalah tipe pengunjung yang jauh dari rumah yang ingin mengunjungi situs bersejarah
- *Casual visitors* adalah tipe pengunjung yang mengunjungi situs karena situ situ nyaman dan merupakan tempat yang ramah lingkungan.

Dan dari 4 macam tipe ini bisa di bagi lagi menjadi 5 grup pengunjung yang *dominant* yaitu *educated visitors*, *proffesionals*, *families or groups*, *schoolchildren*, dan *nostalgia seekers*.

2.1.4. Kawasan bersejarah dan Cagar Budaya

Berdasarkan undang-undang No.11 tahun 2010, benda cagar budaya merupakan kekayaan budaya bangsa yang paling penting artinya bagi pemahaman dan pengembangan sejarah, ilmu pengetahuan dan kebudayaan, sehingga perlu

dilindungi dan dilestarikan, demi pemupukan kesadaran jati diri bangsa dan kepentingan Nasional. Benda, bangunan, atau struktur dapat diusulkan sebagai Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, atau Struktur Cagar Budaya apabila memenuhi kriteria berikut ini:

- a. Berusia 50 (lima puluh) tahun atau lebih
- b. Mewakili masa gaya paling singkat berusia 50 (lima puluh) tahun
- c. Memiliki arti khusus bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan
- d. Memiliki nilai budaya bagi penguatan kepribadian bangsa.

Benda Cagar Budaya dapat:

- a. Berupa benda alam dan/atau benda buatan manusia yang dimanfaatkan oleh manusia, serta sisa-sisa biota yang dapat dihubungkan dengan kegiatan manusia dan/atau dapat dihubungkan dengan sejarah manusia
- b. Bersifat bergerak atau tidak bergerak
- c. Merupakan kesatuan atau kelompok.

Bangunan Cagar Budaya dapat:

- a. Berunsur tunggal atau banyak; dan/atau
- b. Berdiri bebas atau menyatu dengan formasi alam.

Struktur Cagar Budaya dapat:

- a. Berunsur tunggal atau banyak; dan/atau
- b. Sebagian atau seluruhnya menyatu dengan formasi alam.

Lokasi dapat ditetapkan sebagai Situs Cagar Budaya apabila:

- a. Mengandung Benda Cagar Budaya, Bangunan Cagar Budaya, dan/atau Struktur Cagar Budaya
- b. Menyimpan informasi kegiatan manusia pada masa lalu.

Satuan ruang geografis dapat ditetapkan sebagai Kawasan Cagar Budaya apabila:

- a. Mengandung 2 (dua) Situs Cagar Budaya atau lebih yang letaknya berdekatan;

- b. Berupa lanskap budaya hasil bentukan manusia berusia paling sedikit 50 (lima puluh) tahun;
- c. Memiliki pola yang memperlihatkan fungsi ruang pada masa lalu berusia paling sedikit 50 (lima puluh) tahun;
- d. Memperlihatkan pengaruh manusia masa lalu pada proses pemanfaatan ruang berskala luas;
- e. Memperlihatkan bukti pembentukan lanskap budaya; dan
- f. Memiliki lapisan tanah terbenam yang mengandung bukti kegiatan manusia atau endapan fosil.

Berbagai nilai yang dimiliki dalam Bangunan Cagar Budaya dan Kawasan Cagar Budaya tersebut antara lain:

- 1. Langka dan tidak diperbarui (*unrenewable*), artinya bahwa Bangunan cagar budaya tidak dapat ditukar dengan benda lain, sekalipun yang sejenis.
- 2. Unik, dengan nilai-nilai historis, arsitektur, maupun ekologi yang khas sehingga menjadi daya tarik untuk dikunjungi para wisatawan. Nilai *histories* yang sarat akan makna, perlu dan harus dipahami oleh bangsa ini dari generasi ke generasi. Sebab, dalam nilai *histories* tersebut terkandung pula nilai-nilai lain yang dapat mengajak kepada generasi muda untuk bisa bersikap dan bertindak secara positif, seperti misalnya sikap kepahlawanan, cinta tanah air, rasa kesatuan dan persatuan, serta berbudi pekerti yang luhur. Selain nilai-nilai yang bersifat immaterial, bangunan cagar budaya dan kawasan cagar budaya dapat pula dimanfaatkan dalam berbagai sektor .

Bangunan cagar budaya terbagi menjadi beberapa klasifikasi, antara lain :

- 1. Klasifikasi A adalah bangunan cagar budaya yang memiliki nilai sejarah yang tinggi dan tidak boleh diubah sama sekali sehingga mempertahankan nilai sejarah dan suasana pada zaman dulu.

2. Klasifikasi B adalah bangunan cagar budaya yang memiliki nilai sejarah yang cukup tinggi dan dapat direstorasi yaitu mengembalikan kondisi fisik bangunan seperti semula dengan membuang elemen orisinal yang telah hilang tanpa menggunakan bahan baku baru
3. Klasifikasi C bangunan cagar budaya yang memiliki nilai sejarah yang rendah dan dapat diadaptasi yaitu upaya dalam mengubah suatu tempat agar dapat digunakan untuk fungsi baru yang sesuai. Dimaksud dengan fungsi yang sesuai adalah kegunaan yang tidak menuntut perubahan drastis atau yang hanya memerlukan dampak minimal.
4. Klasifikasi D adalah bangunan cagar budaya yang memiliki nilai sejarah yang sangat rendah yang dapat dirobohkan untuk kepentingan dan keselamatan masyarakat.

2.1.5. Sejarah Pembagian kawasan bersejarah di kota Surabaya

Menurut Hadinoto (1996), Surabaya adalah kota yang menyimpan banyak sejarah. Hari jadi kota Surabaya ditetapkan pada tanggal 31 Mei 1293 (Surat Keputusan 64/WK/75). Dilihat dari hari jadinya kota Surabaya ini, umur kota Surabaya tidak muda lagi sekitar 719 tahun banyak hal yang sudah dilalui kota Surabaya. Awal mulanya kota Surabaya dikuasai oleh kerajaan, yaitu kerajaan Mataram. Setelah bangsa Belanda datang ke Indonesia Surabaya pun dipindah tangankan dari kerajaan Mataram ke pemerintahan kolonial atau Belanda. Awalnya kota Surabaya hanya sebuah desa yang lebih kecil dari kota Gresik, tetapi setelah pemerintahan Daendels sebagai Gubernur yang menguasai Jawa Timur, kota Surabaya disulap menjadi kota Eropa kecil. Kota Surabaya terus berkembang ke arah utara yang pusatnya ada di depan Jembatan Merah, di mana di depan jembatan tersebut kemudian dibangun Kantor Dinas Residen Surabaya. Daerah sekitar Jembatan Merah inilah yang kemudian berkembang menjadi pusat pemerintahan yang sekaligus berkembang menjadi pusat perdagangan karena letaknya di pinggir Kalimas yang strategis. Di sebelah barat Jembatan merah dihuni oleh orang barat atau orang Eropa sedangkan sebelah timur Jembatan

Merah dihuni oleh orang Cina (kawasan pecinan), Arab (kawasan Ampel), dan Melayu dan daerah inilah yang disebut daerah kota lama di Surabaya. Daerah kota lama di Surabaya di batasi oleh benteng , karena Daendles membangun kota Surabaya sebagai kota benteng. Sedangkan penduduk asli orang Surabaya tersebar sepanjang Kalimas di sebelah selatan kota.

Seperti kota-kota benteng di dunia pada saat itu, sampai pada awal abad ke-19 batas Kota Bawah sangat jelas sekali dibatasi oleh tembok kota. Perkembangan yang sangat pesat terjadi pada kota-kota besar di Hindia Belanda, setelah penghapusan *Cultuurstelsel* di tahun 1870. Tahun 1870 sering dianggap sebagai permulaan dari tahap baru perkembangan era kolonial, di mana kota-kota bertumbuh pesat dengan kehadiran kantor-kantor perdagangan perusahaan-perusahaan dari Belanda, seperti di Kota Surabaya. Sebagai akibat perkembangan kota yang pesat, maka pada tahun 1871, tembok kota dihancurkan dan permukiman baru atau perumahan baru berkembang ke arah Selatan di kawasan Balai Kota sekarang yang dikenal juga sebagai kota atas (*bovenstad city*). Yang termasuk Kota atas (*bovenstad city*) di Surabaya yaitu, Bubutan, jalan pemuda dan sekitarnya, Gubeng, Peneleh, Kawasan Darmo, dan lainnya.

2.1.6. Potensi Objek Wisata

Menurut Matau (2009), potensi wisata adalah daya tarik yang terkandung pada suatu daerah untuk dikembangkan menjadi suatu objek wisata yang menarik yang mampu menarik kunjungan wisatawan untuk datang ke daerah tersebut, dan biasanya belum tergarap atau belum dikelola secara baik, sehingga masih perlu untuk ditingkatkan / dikembangkan.

Menurut Waluya (2011), beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melihat sebuah tempat memiliki potensi sebagai tempat wisata diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Sumber daya alam, kebudayaan dan manusianya, apakah memiliki karakteristik yang khas untuk dijadikan daerah tujuan wisata yang potensial atau tidak.

2. Aksesibilitas, ketersediaan sarana dan prasarana transportasi serta kemudahan untuk menjangkau daerah wisata merupakan hal yang mutlak diperlukan dalam industri kepariwisataan.
3. Kestabilan politik dan keamanan serta kebijakan pemerintah yang mendukung kelancaran berjalanya tempat tersebut sebagai industri pariwisata.
4. Promosi kepariwisataan, pengenalan objek wisata kepada *public* merupakan salah satu cara untuk mendatangkan wisatawan baik *domestic* maupun mancanegara.
5. Akomodasi, sudah tentu keberadaan dan kenyamanan akomodasi ini (tempat penginapan) menjadi faktor utama yang dilihat di suatu tempat tujuan yang ingin menjadi sebuah destinasi wisata.
6. Transportasi, ketersediaan dan kelancaran transportasi pun menjadi tolak ukur yang penting.
7. Pusat kesehatan (jaminan kesehatan), meskipun hanya sebagai fasilitas penunjang saja, akan tetapi fasilitas kesehatan ini sepertinya memang harus ikut diperhitungkan. Hal ini akan memberikan kenyamanan tersendiri.

Menurut Heart (2011) dan Pemerintah Kota Probolinggo (2009), sebuah tempat memiliki potensi sebagai tempat wisata apabila tempat tersebut memenuhi dasa sila. Adapun yang dimaksud Dasa Unsur atau Dasa Sila adalah sebagai berikut :

1. Politik Pemerintah

Yang dimaksud dengan Politik Pemerintah dalam hubungannya dengan Industri Pariwisata adalah tidak lain sikap pemerintah tersebut terhadap kunjungan wisatawannya. Dalam hubungannya ini, ada dua faktor penting yang terkait dengan politik pemerintah suatu negara, yaitu yang langsung dan yang tidak langsung mempengaruhi pertumbuhan serta perkembangan industri pariwisata tersebut.

2. Meningkatkan perasaan ingin tahu seseorang

Pada awalnya hakikat paling utama melahirkan pariwisata adalah peranan manusia yang memiliki rasa ingin tahu yang besar akan negara lain, seperti, kebudayaan negara lain, cara hidup dan adat istiadat cuaca yang berbeda-beda, keindahan dan keajaiban alam dengan bukit, gunung, lembah serta pantainya dan berbagai hal yang tidak ada di negara sendiri.

3. Sifat Ramah Tamah

Hasil penelitian dan peninjauan PATA (Pacific Travel Association) yang berkantor pusat di San Fransisco – California menyatakan bahwa rakyat Indonesia memiliki kebudayaan tinggi, anggun dan merupakan bangsa yang sangat ramah “*Extremely Hospitable*”. Sifat ramah tamah rakyat Indonesia merupakan salah satu “Modal Potensial” yang besar dalam bidang pariwisata. Disamping keindahan alam dan atraksi yang menarik, sifat ramah tamah ini juga merupakan investasi tak nyata dalam arti kata sesungguhnya pada industri pariwisata, karena merupakan daya tarik tersendiri.

4. Jarak dan Waktu (aksesibilitas)

Sebuah tempat memiliki potensi dan dapat menjadi sebuah destinasi wisata apabila jarak dan waktu ketempat tersebut mudah dilalui.

5. Atraksi

Dalam dunia kepariwisataan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat disebut “Atraksi” atau dinamakan “Objek Wisata”.

6. Akomodasi

Akomodasi merupakan faktor yang sangat penting. Akomodasi merupakan “rumah sementara” bagi wisatawan . Akomodasi dalam dunia industri pariwisata berbentuk Hotel, Motel , Bungalow, Mes, Penginapan, Gria Wisata, Losmen, Pondok, Perkemahan dan lain sebagainya.

7. Pengangkutan (transportasi)

Apabila suatu tempat mempunyai potensi sebagai tempat wisata , tempat tersebut harus memiliki pengangkutan yang baik, dalam dunia pariwisata membutuhkan syarat-syarat tertentu antara lain jalan raya yang baik, lalu lintas yang lancar, alat-alat angkutan yang tercepat yang disertai dengan tanda-tanda yang memudahkan wisatawan

8. Harga-Harga

Wisatawan luar negeri pada umumnya, sama halnya orang biasa dimana-mana, bukanlah orang-orang yang kaya raya dan karenanya segala sesuatu yang ia hendak beli ingin harga murah.

9. Publisitas dan Promosi

Adanya promosi ke berbagai media yang mempromosikan suatu tempat , sehingga tempat tersebut menjadi destinasi wisata

10. Kesempatan Berbelanja

Kesempatan berbelanja atau lazim pula dikatakan *Shopping* adalah kesempatan untuk membeli barang oleh-oleh atau *souvenir* untuk dibawa pulang kerumah atau ke negaranya. Kesempatan berbelanja dapat diperoleh oleh wisatawan apabila tempat tersebut tersedia fasilitas toko-toko *souvenir*.

Menurut hasil penyelidikan yang dilakukan oleh Harry G. Clement, uang yang dipergunakan oleh seorang wisatawan untuk membeli oleh-oleh ini rata-rata sekitar 25 % – 26,3 % dari jumlah biaya-biaya akomodasi pengangkutan *local* dan makan-minum dijadikan satu.

Menurut Inskeep (1991), sebuah tempat dikatakan berpotensi memiliki hal di bawah ini :

1. Daya tampung wisatawan adalah sejauh mana tempat tersebut dapat menampung wisatawan yang berkunjung. Daya tampung ini sangat penting ada yang harus di batasi untuk menjaga kelestarian tempat tersebut.

2. Transportasi adalah tempat atau objek tersebut mudah untuk diakses dan tersedia alat atau prasarana transportasi yang memadai.
3. Atraksi utama dan penunjang adalah tempat tersebut harus memiliki atraksi utama yang dapat menarik wisatawan untuk datang dan memiliki atraksi penunjang walaupun bukan sebagai hal utama namun atraksi penunjang merupakan fitur pelengkap sehingga para wisatawan dapat berkunjung lebih lama di tempat tersebut.

Sedangkan menurut Yoeti (1985), sebuah tempat atau objek memiliki potensi menjadi objek wisata harus memiliki syarat-syarat sebagai berikut :

1. *Something to see*, yaitu suatu objek harus mempunyai daya tarik khusus yang dapat dilihat terutama yang berbeda dengan yang dimiliki tempat lain (unik).
2. *Something to do*, yaitu dilokasi objek tersebut ada kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan.
3. *Something to buy*, yaitu sebuah objek atau tempat harus terdapat fasilitas untuk berbelanja terutama berupa *souvenir* sebagai cendramata untuk dibawa pulang.
4. *What to eat*, yang berarti di tempat atau objek tersebut tersedia fasilitas rumah makan untuk memenuhi selera dari wisatawan yang berkunjung.
5. *Where to stay*, yang berarti objek atau tempat tersebut memiliki fasilitas akomodasi yang memadai atau memenuhi standar sehingga dapat digunakan oleh para wisatawan untuk bermalam.
6. *How to reach*, daerah tersebut harus dapat dikunjungi dengan mudah dan diperlukan sarana transportasi yang memadai.

Selain hal di atas agar suatu obyek wisata dapat dijadikan sebagai salah satu obyek wisata yang menarik, maka faktor yang sangat menunjang adalah kelengkapan dari sarana dan prasarana obyek wisata tersebut. Karena sarana dan prasarana juga sangat diperlukan untuk mendukung dari pengembangan obyek wisata. Menurut Yoeti dalam bukunya Pengantar Ilmu Pariwisata (1985, p.181), mengatakan :“Prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga

dapat memberikan pelayanan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam”.

2.1.6.1. Prasarana Pariwisata

Menurut Bagyono (2005, p.20), prasarana pariwisata adalah semua fasilitas utama atau dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada para wisatawan.

Termasuk prasarana pariwisata antara lain :

1. Prasarana perhubungan yang meliputi jaringan jalan raya, jembatan dan terminal bus, rel kereta api dan stasiun, pelabuhan udara (*airport*) dan pelabuhan laut (*sea port / harbour*).
2. Instalasi pembangkit listrik dan instalasi air bersih
3. Instalasi penyulingan bahan bakar minyak
4. Sistem pengairan atau irigasi untuk kepentingan pertanian, peternakan dan perkebunan.
5. Sistem perbankan dan moneter
6. Sistem telekomunikasi seperti telepon, pos, telegraf, faksimili, telex, email dan lain-lain
7. Prasarana kesehatan seperti rumah sakit dan pusat kesehatan masyarakat
8. Prasarana , keamanan, pendidikan dan hiburan

2.1.6.2. Sarana Pariwisata

Menurut Bagyono (2005, p.21), sarana Pariwisata adalah fasilitas dan perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung. Maju mundurnya sarana kepariwisataan tergantung pada jumlah kunjungan wisata. Oleh itu keberadaan sarana pariwisata sangatlah penting dan mutlak untuk menyajikan pelayanan yang berkualitas kepada para wisatawan.

Sarana Pariwisata meliputi :

1. Perusahaan perjalanan seperti *Travel Agent* , *Travel Bureau*, dan *Tour Operator*
2. Perusahaan Transportasi , terutama transportasi angkutan wisata

3. Hotel dan jenis akomodasi lainnya
4. Bar , restoran, Catering dan usa jasa boga lanilla
5. Daya Tarik wisata

2.1.6.3.Daya Tarik Wisata

Menurut Bagyono (2005, p.22-24), daya tarik wisata adalah hal atau sesuatu yang menyebabkan wisatawan datang kesuatu tempat. Satu obyek daya tarik wisata pada prinsipnya harus memenuhi tiga prasyarat berikut :

1. *Something to see* (ada yang dilihat)
2. *Something to do* (ada yang dikerjakan)
3. *Something to buy* (ada yang dibeli/ *souvenir*)

Obyek dan daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi tiga , antara lain :

1. Obyek wisata alam
 - Laut
 - Pantai
 - Gunung
 - Cagar alam
 - dan lain-lain
2. Obyek wisata budaya
 - Upacara kelahiran
 - Tari-tari tradisional
 - Cagar budaya
 - Bangunan bersejarah
 - Peninggalan tradisional
 - dan lain-lain
3. Obyek wisata buatan
 - Sarana dan fasilitas olahraga
 - Permainan
 - Taman rekreasi
 - Taman nasional

- dan lain-lain

2.1.6.4. Atraksi Wisata

Menurut Hadinoto (1996), Atraksi wisata adalah bagian dari sebuah destinasi wisata, setiap destinasi wisata yang berpotensi pasti memiliki atraksi wisata. Atraksi adalah penggerak pariwisata . Tanpa atraksi wisata, tidak ada pariwisata, tidak diperlukan transportasi, tidak diperlukan akomodasi dan pelayanan jasa pendukung wisata. Atraksi bisa digolongkan menjadi beberapa macam atraksi, yaitu :

- Atraksi Utama (*core attraction*) , mendapat prioritas untuk dikembangkan, memiliki daya tarik yang kuat untuk mengikat wisatawan untuk berkunjung.
- Atraksi Pendukung (*supporting attraction*) , merupakan atraksi penunjang atraksi utama sehingga dapat membantu menahan wisatawan tinggal lebih lama di daerah tujuan wisata.
- Atraksi *Resource-based*, yang unik dan yang langka, dan tidak ada di daerah-daerah tujuan wisata berdekatan. Jenis atraksi wisata ini memiliki daya tarik yang kuat untuk mendatangkan wisatawan jarak jauh atau dari negara lain, contoh : candi Borobudur.
- Atraksi *Consumer oriented* , seperti kolam renang, air terjun yang tidak besar , dan lainnya. Atraksi ini memiliki daya tarik pengunjung lokal dan kurang aya tarik dari wisatawan jarak jauh.

2.1.7. Proses Dasar Pengembangan

Menurut Inskeep (1991), proses dasar untuk menuju ke proses pengembangan maka langkah-langkah yang harus dilakukan adalah :

1. *Study Preparation* adalah mempersiapkan dengan matang apa yang ingin dibahas dengan cara menuliskan pedoman proyek yang akan diteliti.
2. *Determination of development goals and objectives* adalah menentukan tujuan dari penelitian tersebut.

3. *Surveys* adalah melakukan survei mengenai keadaan, situasi sekarang dan karakteristik dari area yang akan dikembangkan. Survei dapat dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan penelitian dan melakukan wawancara terhadap pemerintah dan pihak terkait.
4. *Analysis and Synthesis* adalah menganalisa informasi yang didapat dari survei untuk menjadi rumusan dasar akan rencana dan rekomendasi.
5. *Plan formulation* adalah perumusan dari pengembangan kebijakan dan perencanaan fisik yang didasarkan dari rencana dan evaluasi alternatif rencana dan kebijakan.
6. *Recommendation* adalah perumusan rekomendasi yang berhubungan dengan isi dari *project*.
7. *Implementation* adalah pelaksanaan dari rencana yang berhubungan atau berkaitan dengan rekomendasi menggunakan berbagai teknik yang telah diidentifikasi sebelumnya.
8. *Monitoring* adalah melakukan pengawasan dan masukan dari rekomendasi dan pelaksanaan dengan penyesuaian yang flexibel.

2.1.8. Clustering

Menurut Inskeep (1991), atraksi wisata sejarah adalah tipe atraksi yang lokasinya tersebar di seluruh bagian kota yang membuat wisatawan kesusahan untuk mengunjunginya. Untuk memudahkan dan membuat wisatawan nyaman untuk berkunjung lebih lama, maka perlu adanya pengorganisasian dan penyediaan infrastruktur yang nyaman dengan cara menerapkan prinsip yang paling penting yaitu melakukan pengelompokan atau *clustering* atraksi wisata sejarah yang berada di lokasi atau area yang sama atau berdekatan.

2.1.9. Destinasi Wisata

Menurut Hadinoto, destinasi wisata merupakan suatu kawasan yang spesifik yang dipilih oleh seorang pengunjung ia dapat tinggal selama waktu tertentu. Destinasi wisata dapat merupakan suatu provinsi , kecamatan , bahkan

suatu desa, dan ditempat-tempat tersebut harus ada fasilitas pelayanan yang cukup untuk pengunjung. Cukup makanan, akomodasi dan fasilitas transportasi, fasilitas pendukung seperti rekreasi, hiburan dan pertokoan eceran, pemadam kebakaran, polisi dan fasilitas kesehatan harus tersedia atau dikembangkan. Paling penting, suatu destinasi harus punya daya tarik atau atraksi, baik psikologis maupun nyata, untuk menarik wisatawan (1996, p. 15).

Sedangkan menurut Undang-Undang no.10/Th. 2009 destinasi wisata 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” (*Care tourism*, 2010).

2.1.10. Paket Tour / Wisata

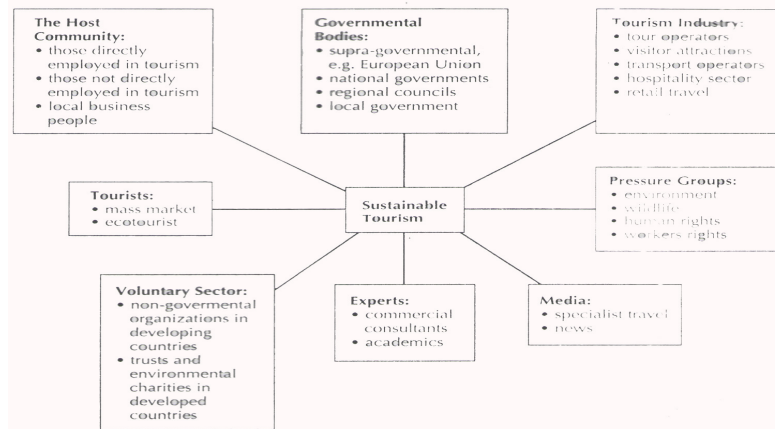
Menurut Hatta (2007), paket wisata adalah acara perjalanan wisata yang telah tersusun secara tetap dengan harga tertentu, mencakup biaya transportasi, akomodasi, darmawisata (*sight seeing*) di kota-kota, tur ke obyek-obyek wisata dan atraksi serta fasilitas-fasilitas lain dan paket wisata adalah suatu *Tour* yang direncanakan dan diselenggarakan oleh suatu *Travel Agent* atau *Tour Operator* atas resiko dan tanggung jawab sendiri, yang acara, lamanya waktu *tour*, tempat-tempat yang akan dikunjungi, akomodasi, transportasi serta makanan dan minuman telah ditentukan dalam suatu harga yang sudah ditentukan pula jumlahnya.

2.1.11. Sustainable Tourism

Menurut Setiawan (2010), adapun pengertian pariwisata yang berkelanjutan adalah industri pariwisata yang berkomitmen untuk membuat dampak yang rendah pada lingkungan dan budaya lokal, sambil membantu menciptakan lapangan kerja di masa depan bagi masyarakat lokal. Tujuan dari pengembangan pariwisata berkelanjutan adalah untuk membawa pengalaman positif bagi masyarakat setempat, perusahaan pariwisata dan wisatawan sendiri.

Sedangkan menurut Kausar (2008), pariwisata berkelanjutan sendiri adalah sebuah proses dan sistem pembangunan pariwisata yang dapat menjamin keberlangsungan atau keberadaan sumber daya alam, kehidupan sosial-budaya dan ekonomi hingga generasi yang akan datang. Intinya, pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata yang dapat memberikan manfaat jangka panjang kepada perekonomian lokal tanpa merusak lingkungan.

Swarbrooke , mengatakan pariwisata berkelanjutan adalah salah satu bentuk pariwisata yang memenuhi kebutuhan turis-turis , industri pariwisata, dan host communities, dengan memikirkan untuk generasi yang akan datang .”*Forms of tourism which meet the needs of tourists, the tourism industry , and host communities today without compromising the ability of future generations to meet their own need “ (1999, p13).* Menurut John Swarbrooke untuk mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan diperlukan the key *Stakeholders* yang berperan penting , siapa saja *stakeholders* yang ada pada pariwisata yang berkelanjutan (1999, p17) :



Gambar 2.1. *The Key stakeholders in Sustainable Tourism*

Swarbrooke (1999, p.17), juga mengatakan bahwa banyak perdebatan mengenai pembagian *Sustainable tourism* yang cenderung jika dispesifikasikan menurut lingkungannya dapat dibagi menjadi 6 tipe yaitu :

- *Coastal Tourism*

- *Tourism on Island*
- *Tourism in the country side*
- *Mountain region Tourism*
- *Urban Tourism*
- *Marine tourism*

Tetapi apabila dilihat dari hubungannya dengan perbedaan *geographical* juga menjadi 6 tipe , yaitu :

- *Coastal areas and Marine environments*
- *Rural Area*
- *Urban Area*
- *Mountainous areas*
- *Islands*
- *Developing Countries*

2.2. Hubungan Antar Konsep

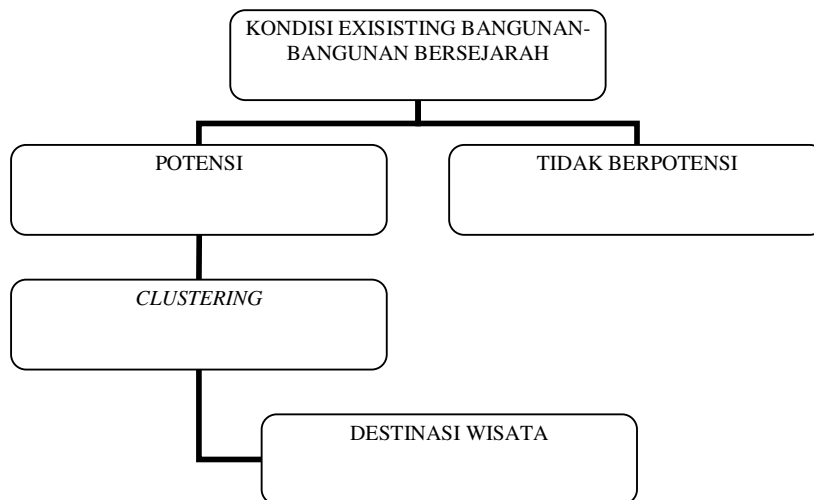
Surabaya adalah salah satu kota terbesar yang ada di Indonesia, dan terkenal dengan istilah sebagai kota Pahlawan. Karena, kota Surabaya adalah kota Pahlawan di dalamnya terdapat banyak peninggalan-peninggalan sejarah yaitu bangunan-bangunan sejarah atau yang dikenal sebagai bangunan cagar budaya terdapat kurang lebih 169 bangunan cagar budaya yang terdapat di dua kawasan kota lama dan kota baru di Surabaya (Pemerintah Kota Surabaya, 2011). Bangunan cagar budaya merupakan museum hidup yang menyimpan cerita sejarah yang ada di Surabaya (Nanang Purnowo, 2010 ,p.147) . Bangunan cagar budaya yang ada di Surabaya ada yang kondisinya masih bagus dan terjaga baik bentuk bangunannya , catnya, dan lainnya, dan ada yang sangat memprihatinkan seperti Stasiun semut dan toko Nam yang sudah dirobohkan karena dialihkan fungsi menjadi sebuah *mall*.

Dilihat dari sisi pariwisata, bangunan bersejarah atau bangunan cagar budaya ini mempunyai nilai jual tersendiri, dapat dimanfaatkan untuk mendongkrak atau memajukan bidang pariwisata yang ada di Surabaya, karena dapat menceritakan asal mula kota Surabaya. Tapi bangunan cagar budaya yang

dapat memajukan bidang pariwisata kota Surabaya atau dijadikan sebagai salah satu destinasi wisata di Surabaya adalah bangunan cagar budaya yang mempunyai potensi, atau sesuatu hal yang menarik yang terkandung di dalamnya. Potensi tersebut ada yang belum digali maupun sudah digali.

Dapat dilihat perlu adanya satu langkah yang dapat menggali potensi bangunan cagar budaya di kota Surabaya agar dapat digunakan secara maksimal, yaitu dengan mengidentifikasi kondisi potensi bangunan bersejarah saat ini. Identifikasi tersebut merupakan langkah awal untuk melihat berapa besar potensi yang dimiliki oleh setiap bangunan bersejarah yang dapat digunakan sebagai pedoman pengelompokkan atau *clustering* bangunan bersejarah sehingga memudahkan wisatawan yang berkunjung. Pengelompokkan bangunan bersejarah juga dapat digunakan sebagai pedoman perancangan sebuah paket *tour* sehingga bangunan bersejarah di kawasan kota atas Surabaya menjadi salah satu destinasi wisata di kota Surabaya.

2.3. Kerangka Berpikir



Wisata kota atau *urban tourism* adalah salah satu kegiatan yang semakin diminati saat ini. Dengan memanfaatkan fasilitas perkotaan dan memberikan pengalaman yang berbeda bagi wisatawan karena atribut yang dimiliki kota tersebut. Salah satunya adalah bangunan –bangunan bersejarah yang merupakan saksi bisu dari sejarah di wilayah tersebut, dimana bangunan cagar budaya atau

bangunan-bangunan bersejarah memiliki daya tarik wisata yang tidak bisa diukur atau saling dibandingkan satu dengan lainnya. Dengan mengetahui potensi dari setiap objek wisata yang kemudian dibagi kedalam beberapa pengelompokan wilayah dapat menghasilkan sebuah paket *tour* untuk memudahkan para wisatawan yang ingin menikmati wisata sejarah kota Surabaya.