

**KAJIAN POTENSI TAMAN KOTA SEBAGAI OBJEK WISATA KOTA (STUDI KASUS
PADA TAMAN KOTA DI KOTA MATARAM)**

Irza Maulana Saputra¹, Ahmad Deifani, Yana Azura Pratiwi², Putri Bilqis Vahiradelvia³, ike
widiyanti⁴

^{1,2,3,4}Universitas Pendidikan Mataram, (Mataram), (Indonesia)

Email: saputra.maulana@gmail.com

History Article

Article history:

Received Januari 14,
2025

Approved Januari 30,
2025

Keywords:

Potensi Wisata,
taman kota, wisata
gedung dan wisata
budaya

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the potential of city parks and gardens in Mataram City as alternative tourist attractions for urban tourism as a tourist attraction in Mataram City. This type of research is qualitative research, data collection methods are observation, interviews, literature studies, and documentation. The data sources in this study are primary data obtained through interviews and observations in the field, and secondary data obtained through literature studies. Data analysis in this study is qualitative descriptive data analysis. The results of the analysis of urban tourism potential in Mataram City are: in addition to the availability of city parks, there are also other tourist attractions that can be used as tourist centers such as the West Nusa Tenggara Governor's Office, Sanggareang Park, Udayana Park, Selagalas Park, Mayura Park, Mataram Maritime Monument, Bumi Gora Monument, West Nusa Tenggara State Museum, Rembiga culinary tourism area, Hubbul Wathan Islamic Center Grand Mosque, Meru Temple, Bintaro Tomb, Vanham Tomb, Loang Baloq Restaurant, Lombok Picentrum Mall (LEM), Mataram Mall, Transmart Carrefour Mataram, Mataram Craft Center (MCC), Cakranegara Market, Cakranegara Fruit Arena, Karaoke Place, Old Town Area, Loang Baloq Beach Area, Gading Beach, Ampenan Beach, Cukli Crafts in Rungkang Jangkuk Mataram City, Sekarbela Pearl Glitter in Sekarbela Village.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu mengkaji potensi taman kota dan pertamanan yang ada di Kota Mataram sebagai obyek wisata alternative bagi pariwisata perkotaan sebagai sebagai daya tarikwisata di Kota Mataram. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, metode pengumpulan datayaitu observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini adalahdata primer yaitu diperoleh melalui

wawancara dan observasi di lapangan, dan data sekunder diperoleh dengan studi pustaka. Analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis data deskriptif kualitatif. Hasil analisis yang dilakukan potensi wisata perkotaan di Kota Mataram yaitu: selain ketersediaan taman kota, terdapat juga obyek wisata lain yang dapat dijadikan pusat wisata seperti kantor gubernur Nusa Tenggara Barat, taman Sangkareang, taman Udayana, taman Selagalas, Taman Mayura, Monumen Bahari Mataram, Monumen Bumi Gora, Museum Negeri Nusa Tenggara Barat, kawasan wisata kuliner Rembiga, Masjid Raya Hubbul Wathan Islamic Centre, Pura Meru, Makam Bintaro, Makam Vanham, Makan Loang Baloq, Lombokepicentrum Mall (LEM), Mataram Mall, Transmart Carrefour Mataram, Mataram Craft Centre (MCC), pasar Cakranegara, arena buah Cakranegara, tempat karaoke, kawasan kota tua, kawasan pantai Loang Baloq, Pantai Gading, Pantai Ampenan, Kerajinan Cukli Dirungkang Jangkuk Kota Mataram, Kemilau Mutiara Sekarbela di Kampung Sekarbela.

© 2025 Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan Lichen Institute

*Corresponding author email: author@mail.com

INTRODUCTION

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) merupakan provinsi dengan perkembangan industri pariwisata yang cukup pesat karena memiliki daya tarik wisata yang beragam. Daya tarik wisata yang dimiliki oleh provinsi ini sangat beragam mulai dari daya tarik wisata alam, budaya, seni dan buatan manusia. Beragamnya daya tarik tersebut tentu dapat menarik wisatawan untuk berkunjung di provinsi ini. Berdasarkan data dinas pariwisata provinsi NTB menunjukkan bahwa, jumlah kunjungan wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara di Provinsi Nusa Tenggara Barat terus meningkat dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat pada tahun 2012 jumlah kunjungan wisatawan berjumlah 1.163.142 orang, jumlah tersebut terus meningkat yaitu 3.094.437 orang pada tahun 2016, (Dinas Pariwisata Prov. Nusa Tenggara Barat, 2017). Kota Mataram merupakan ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Barat. Sebagai sebuah pusat kota, Kota Mataram memiliki daya tarik wisata potensial untuk mendukung pariwisata di provinsi NTB salah satunya adalah pariwisata perkotaan. Pariwisata perkotaan merupakan bentuk umum dari pariwisata yang memanfaatkan unsur-unsur perkotaan (bukan pertanian) dan segala hal yang terkait dengan aspek kehidupan kota (pusat pelayanan dan kegiatan ekonomi) sebagai daya tarik wisata, (Pratiwi, 2014). Meskipun sebagai sebuah ibu kota provinsi, perkembangan pariwisata di Kota Mataram belum maksimal hal ini terbukti berdasarkan data Dinas Pariwisata Kota Mataram tahun 2016 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan di Kota Mataram ada di urutan ketiga yaitu berjumlah 619.705 orang. Sedangkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Lombok Utara yaitu 1.000.000 orang (Radar Lombok, 2016), dan Kabupaten Lombok Barat berjumlah 779.256 orang, (Lombok Barat Dalam Angka, 2016). Berdasarkan data tersebut, jumlah kunjungan wisatawan

di Kota Mataram masih belum maksimal dibandingkan dua Kabupatenlainnya. Disisi lain kota Mataram memiliki potensi yang sangat luar biasa. Untukmemaksimalkan kunjungan wisatawan tersebut perlu dikaji lagi potensi yang dimiliki oleh KotaMataram.Sebagai sebuah kota yang terletak persidi pusat pemerintahan Provinsi NTB, KotaMataram sangat cocok jika dijadikan sebagaikawasan wisata perkotaan Menurut Wardhani (2012), pariwisata perkotaandi Asia Tenggara termaksud Indonesia meningkat signifikan dengan jumlah kunjungan wisatawanmencapai 69,6 juta orang pada tahun 2010,dibandingkan tahun 2000 hanya berjumlah 36,1 juta orang. Aktivitas pariwisata perkotaan inimemberikan kontribusi sebesar 4,6 % pada pendapatan Negara-negara di ASEAN.meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan diProvinsi NTB serta kunjungan wisatawan untuk menikmati wisata perkotaan di Negara-negara ASEAN khususnya Indonesia.

METHODOLOGY

Survei adalah metode penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kusioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Istilah survey biasanya dirancukan dengan istilah observasi dalam pengertian sehari-hari. Menurut kamus Webster, pengertian survey adalah suatu kondisi tertentu yang menghendaki kepastian informasi, terutama bagi orang-orang yang bertanggung jawab atau yang tertarik. Menurut Winarno Surkhmad dalam Suharsimi Arikunto (2002: 88) bahwa survei merupakan cara mengumpulkan data dari sejumlah unit atau individu dalam jangka waktu yang bersamaan, jumlah biasanya cukup besar. Dari berbagai defenisi survey tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa survey merupakan suatu aktivitas atau kegiatan penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan suatu kepastian informasi dengan cara dengan mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kusioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. dalam penelitian ini, survey dilakukan secara acak terhadap warga masyarakat yang berada atau dijumpai di lokasi atau obyek wisata kota yang ada di Kota Matara.

RESULTS AND DISCUSSION

Kota Mataram merupakan pusat pemerintahan Kota Mataram dan Provinsi Nusa Tenggara Barat, serta sebagai pusat pendidikan yang menyokong kebutuhan sekolah berkualitas (centre of exellent) bagi sebagian besar masyarakat Provinsi Nusa Tenggara Barat. Dari sisi sejarah, Kota Mataram dengan adanya Kota Tua Ampenan sebagai Kota Pelabuhan, telah menjadi pusat perdagangan dan bisnis sejak jaman penjajahan yang lalu.

Sebagai salah satu indikator pesatnya perkembangan Kota Mataram ditunjukan oleh semakin meningkatnya tingkat kepadatan penduduk per km² dan saat ini merupakan wilayah terpadat di Provinsi Nusa Tenggara Barat, dengan kepadatan rata-rata 2.537 Jiwa/Km² Dalam RTRW Nasional, Kota Mataram ditetapkan sebagai Pusat Kegiatan Nasional (PKN) yang berfungsi sebagai pintu gerbang dan simpul utama transportasi serta kegiatan perdagangan dan jasa skala regional. Sementara, dalam RTRW Provinsi NTB, Kota Mataram ditetapkan sebagai Kawasan Strategis Provinsi (KSP) Mataram Metro di bidang pertumbuhan ekonomi. Keberadaan Kota Mataram sebagai PKN dan KSP memiliki potensi yang sangat strategis dalam pengembangan wilayah kota.

Secara kewilayahan Kota Mataram dibagi menjadi beberapa pusat pelayanan dengan fungsi utama adalah:

1. Wilayah Ampenan berfungsi sebagai pusat pelayanan bagi kegiatan perdagangan dan jasa serta pariwisata;
2. Wilayah Mataram berfungsi sebagai pusat pelayanan bagi kegiatan perkantoran pemerintahan dan fasilitas social, seperti pendidikan;
3. Wilayah Cakranegara berfungsi sebagai pusat pelayanan bagi kegiatan perdagangan dan pusat bisnis.

Pusat-pusat pelayanan tersebut di atas dikembangkan sebagai pusat bisnis skala Kota dan regional, karena memiliki daya tarik yang tinggi terhadap perkembangan dan pertumbuhan kota. Kota Mataram adalah ibukota Propinsi Nusa Tenggara Barat, yang juga merupakan pusat pemerintahan dan pusat pendidikan yang menyokong kebutuhan sekolah berkualitas bagi masyarakat NTB.

1. Kota Mataram memiliki kawasan-kawasan yang mendukung potensi ekonomi cepat tumbuh, yaitu :
 - Kawasan Strategis Bidang Pariwisata : Kawasan Mutiara Sekarbela, Kawasan Rekreasi Pantai Dan Situs Makam Loang Baloq
 - Kawasan Strategis Bidang Perdagangan Dan Jasa : pusat perdagangan grosir dan bisnis di Cakranegara, Ampenan dan Bertais
 - Kawasan Strategis Dari Sudut Kepentingan Sosial Budaya : Pusat Kajian Islam di Kelurahan Dasan Agung dan Kawasan Kota Tua Ampenan
 - Kawasan Strategis Bidang Daya Dukung Lingkungan Hidup : Kawasan Lindung di Pagutan Timur, Sayang-Sayang dan Selagalas
2. Komoditas penunjang perkembangan sektor industry pengolahan :
 - Budidaya kangkung di Pesongoran
 - Industri tahu dan tempe di Kekalik dan Abian Tubuh
 - Industri olahan rumput laut di Cakranegara
 - Produksi dan perdagangan perhiasan emas, perak dan mutiara di Sekarbela, Karang Genteng dan Karang Mas-Mas
3. Peluang investasi dalam skala menengah yang potensial di Kota Mataram:
 - Jasa telekomunikasi seluler
 - Perdagangan
 - Jasa rekreasi wisata
 - Jasa konsultasi pengembangan bisnis dan manajemen
 - Biro perjalanan wisata
 - Jasa penyediaan gedung perkantoran dan pusat bisnis
4. Investasi anda akan didukung dengan penyediaan sarana dan prasarana yang memadai seperti :
 - UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)
 - Tenaga kerja
 - Ketersediaan listrik
 - Distribusi air
 - Infrastruktur jalan dan transportasi
 - Perbankan

Pemanfaatan sebuah kota sebagai salah satu destinasi pariwisata di suatu daerah menjadi pilihan penting dalam menambah pendapatandaerah tersebut. Sebuah kota yang

menjadi destinasi wisata dengan multimotivasi dalam berwisata menjadi pilihan bagi para wisatawan dengan berbagai tujuannya masing-masing seperti berbisnis, kegiatan hiburan, mengunjungi kerabat dan keluarga, mengunjungi teman, berwisata, berekreasi maupun urusan lainnya. Bahkan wisatawan dalam berkunjung ke suatu destinasi perkotaan untuk lebih satu alasan misalkan, orang yang pergi ke suatu kota untuk berbisnis, menyempatkan diri untuk mengunjungi museum atau galeri seni di kota yang dikunjunginya. Atau wisatawan mancanegara mengunjungi dan berwisata di kota tertentu sebagai pintu gerbang untuk mengunjungi daerah lain di sekitarnya, (Adriani, 2011). Seperti, wisatawan berkunjung di Kota Mataram karena fungsinya sebagai sebuah kota yang memiliki banyak tempat akomodasi serta tempat untuk berbelanja dekat dengan Kabupaten Lombok Barat yang memiliki destinasi wisata alam yang indah.

A. Potensi Pariwisata Perkotaan Sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Mataram.

Sebagai sebuah pusat kota yang terletak di Pulau Lombok, Kota Mataram telah memiliki potensi-potensi pariwisata perkotaan yang bisa dikembangkan serta dilestarikan sehingga menjadi sebuah daya tarik wisata yang banyak dinikmati oleh wisatawan. Keberadaan potensi daya tarik wisata perkotaan di kota Mataram menyuguhkan berbagai jenis atraksi wisata yang bisa dilihat dan dinikmati selama berkunjung di Kota Mataram seperti kantor gubernur dan balaikota, kawasan jalan yang bermakna mitos dan nostalgia, monument kota yang bermakna historis, kuliner khas kota, kampus atau universitas, mall atau pusat perbelanjaan, pasar tradisional, alun-alun kota, taman kota, pusat kuliner dan buah-buahan, museum dan pantai. Yang menarik dari keberadaan potensi pariwisata perkotaan di kota Mataram yaitu jarak antara lokasi wisata yang satu dan yang lainnya tidak terlalu jauh. Karena kita tahu bahwa luas wilayah kota Mataram yang relatif kecil yaitu 61,3 Km² membuat para wisatawan dapat berkunjung ke seluruh daya tarik wisata dalam kurun waktu 1 sampai 2 hari. Potensi pariwisata perkotaan (Urban tourism) sebagai daya tarik wisata kota Mataram antara lain: Kantor Gubernur Nusa Tenggara Barat, Taman Sangkareang, Taman Udayana, Taman Selagalas, Taman Mayura, Monumen Bahari Mataram, Monumen Bumi Gora, useum Negeri Nusa Tenggara Barat, Kawasan Wisata Kuliner Rembiga, Masjid Raya Hubbul Wathan Islamic Centre, Pura Meru, Makam Bintaro, Makam Van Ham, Makan Loang Baloq, Lombok Epicentrum Mall (Lem), Mataram Mall, Transmart Carrefour Mataram, Mataram Craft Centre (MCC), Pasar Cakranegara, Arena Buah Cakranegara, Tempat Karaoke, Kawasan Kota Tua, Kawasan Pantai Loang Baloq, Pantai Gading, Pantai Ampenan, Kerajinan Cukli Di Rungkang Jangkuk Kota Mataram, Kemilau Mutiara Sekarbela Di Kampung Sekarbela pariwisata perkotaan di kota Mataram telah tersedia dan memadai, seperti keberadaan terminal bus antar kota antar provinsi, kondisi jalan yang baik, tersedianya bandara internasional serta adanya instansi pemerintah di bidang kepariwisataan yang dapat mengelola dan mengembangkan daya tarik wisata di Kota Mataram.

B. Ketersediaan Komponen Produk Pariwisata Dalam Mendukung Jalannya Aktivitas Pariwisata Perkotaan Di Kota Mataram.

Selain potensi yang sudah lengkap, keberadaan sarana pendukung yaitu fasilitas-fasilitas penunjang pariwisata seperti hotel dan restoran yang memadai dan dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada wisatawan. Selain fasilitas akomodasi, akses jalan di setiap destinasi pariwisata perkotaan di Kota Mataram sudah sangat bagus,

serta unsur kelembagaan pariwisata yang telah ada. Ketersediaan komponen produk pariwisata dalam mendukung jalannya aktivitas pariwisata perkotaan (*urban tourism*) di kotamatem telah tersedia dan memadai, seperti keberadaan terminal bus antar kota antar provinsi, kondisi jalan yang baik, tersedianya bandara internasional serta adanya instansi pemerintah dibidang kepariwisataan yang dapat mengelola dan mengembangkan daya tarik wisata di Kota Mataram.

CONCLUSION

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dikemukakan, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: potensi pariwisata perkotaan (*urban tourism*) sebagai daya tarik wisata kota Mataram sudah lengkap antara lain: kantor gubernur Nusa Tenggara Barat, taman Sangkareang, taman Udayana, Taman Selagalas, Taman Mayura, Monumen Bahari Mataram, Monumen Bumi Gora, Museum Negeri Nusa Tenggara Barat, kawasan wisata kuliner Rembiga, Masjid Raya Hubbul Wathan Islamic Centre, Pura Meru, Makam Bintaro, Makam Vanham, Makan Loang Baloq, Lombokepicentrum Mall (LEM), Mataram Mall, Transmart Carrefour Mataram, Pasar Cakranegara, arena buah Cakranegara, tempat karaoke, kawasan kota tua, kawasan pantai loang baloq, pantai gading, pantai ampenan, kerajinan cukli di Rungkang Jangkuk Kota Mataram, kemila mutiara Sekarbela di kampung Sekarbela. Sedangkan ketersediaan komponen produk pariwisata dalam mendukung jalannya aktivitas pariwisata perkotaan (*urban tourism*) di kotamatem telah tersedia dan memadai, seperti keberadaan terminal bus antar kota antar provinsi, kondisi jalan yang baik serta keberadaan dinas pariwisata yang dapat mengelola dan mengembangkan daya tarik wisata di Kota Mataram.

REFERENCES

- Kurniansah, Rizal. 2018. Kajian Potensi Pariwisata Perkotaan (Urban Tourism) Sebagai Daya Tarik Wisata kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Media Bina Ilmiah*, Vol 13, No 2
- Kurniansah, Rizal dan Rosida, Lia. 2019. Strategi Pengembangan Pariwisata Perkotaan (Urban Tourism) Kota Mataram Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Media Bina Ilmiah*, Vol 14 (2)
- Mbulu, Y. P., Firmansyah, R., & Puspita, N. (2018). Identifikasi Daya Tarik Pariwisata Perkotaan Terhadap Tingkat Kunjungan Wisatawan Di Kota Mataram Lombok. *Tourism Scientific Journal*, 3(1), 74
- ratiwi, Tika Putri. 2014. Strategi Peningkatan Pendapatan Asli Daerah, Investasi dan Pertumbuhan Ekonomi Kota Semarang Melalui MICE (Meeting, Incentive, Convention dan Exhibition). *Economics Development Analysis Journal*. Vol. 3, No. 1, Page 39-54.
- Prijadi, Rachmat dkk. 2014. Pengaruh Permukaan Jalur Pedestrian Terhadap Kepuasan dan Kenyamanan Pejalan Kaki di Pusat Kota Manado. *Jurnal Media Matrasain*. Vol. 11, No. 1, Page 43-54.
- Priono, Yesser. 2012. Identifikasi Produk Wisata Pariwisata Kota (Urban Tourism) Kota Pangkajene sebagai Urban Heritage Tourism. *Jurnal Perspektif Arsitektur*. Vol.7, No. 2, Page 72-84.
- Tondobala, Linda. 2012. Kelayakan Pusat Kota Manado sebagai Destinasi Pariwisata. *Jurnal Media Matrasain*. Vol.9, No.3, Page 83.

- Trigantiarsyah, Reli dan Mulyadi, Hari. 2012. Pengembangan Produk Wisata Dengan Menggunakan Teknik Tourism Opportunity Spectrum Terhadap Keputusan Berkunjung. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, Vol.2, No.1, page 157.
- Wardhani, Apriliana Dyah. 2012. Evolusi Aktual Aktivitas Urban Tourism di Kota Bandung dan Dampaknya Terhadap Pembentukan Tempat-Tempat Rekreasi. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*. Vol. 8, No. 4, Page 371-382.
- Yoeti, Oka A. 2002. *Perencanaan Strategi Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.