

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Surakarta adalah wilayah otonom di Provinsi Jawa Tengah. Dia berfungsi sebagai pendukung bagi kota-kota lain seperti Semarang dan Yogyakarta karena berada di bagian tengah Jawa Tengah. Pada 4 Juli 1950, Karesidenan Surakarta dihapus dan menjadi bagian dari administrasi Provinsi Jawa Tengah. Kota Surakarta telah menjadi daerah otonom sejak UU 16/1950 mengemukakan mengenai pembentukan Daerah Kota Besar di Lingkungan Provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Kota ini memiliki luas 44,04 km² dan penduduk 522.364 tinggal di sana, dipimpin oleh Wali Kota Gibran Rakabuming Raka dan Wakil Wali Kota Teguh Prakosa. 17 Februari adalah Hari Jadi kota, yang merayakan peristiwa penting di mana pusat kerajaan Mataram Islam pindah dari Kartasura ke Kraton Surakarta pada Rabu Paing 17 Muharam 1670 atau 17 Februari 1745. Semboyan Kota Surakarta adalah "Mulat sarira angrasa wani", yang berarti introspeksi diri dan berani, dan slogan pemeliharaan keindahan kota adalah "Berseri", yang menggambarkan konsep seperti kebersihan, kesehatan, keteraturan, dan keindahan. Slogan pariwisata "*The Spirit of Java*", yang berarti "jiwanya Jawa," digunakan untuk meningkatkan persepsi Surakarta sebagai pusat budaya Jawa.

Kota ini memiliki tradisi unik seperti Kirab Pusaka Satu Suro, yang diagendakan oleh Kraton Solo dan Puro Mangkunegaran saat Suro. Menurut Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 9 Tahun 2016 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Surakarta Tahun 2016-2021, visi Kota Solo adalah "Terwujudnya Surakarta sebagai Kota Budaya, Mandiri, Maju, dan Sejahtera." Sejak Gibran Rakabuming Raka menjabat sebagai Walikota Surakarta, acara seperti Ngarsopuro *Night Market* dan *Street Art Market* telah meningkatkan budaya Kota Surakarta. Hal ini dilakukan selain untuk melestarikan budaya Kota Surakarta, juga untuk mendukung Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai bagian dari meningkatkan ekonomi Kota.

1.2 Latar Belakang Penelitian

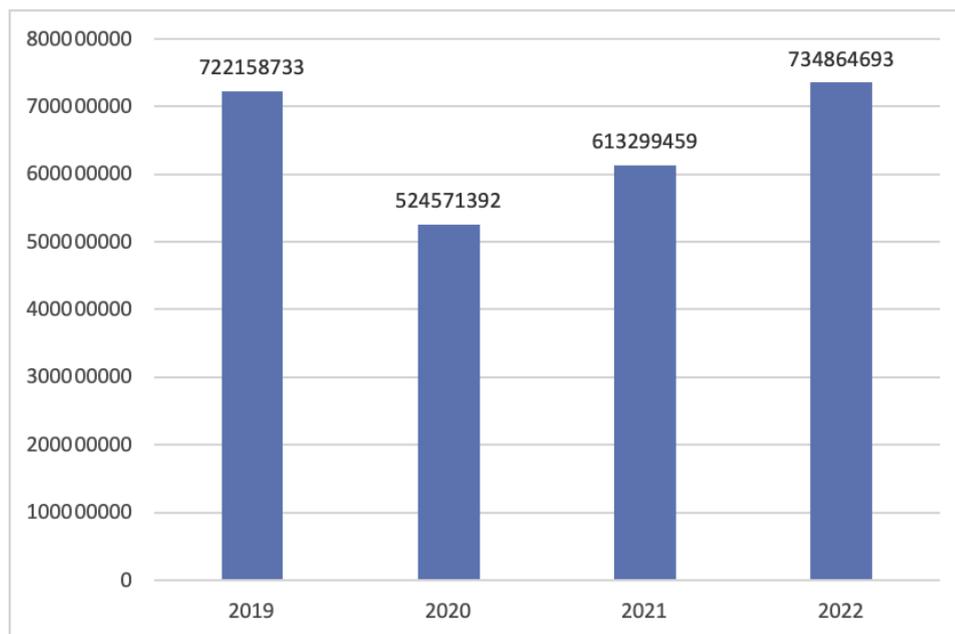
Sebagai bagian dari penunjuang ekonomi, sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang sangat menjanjikan. Banyak lokasi wisata yang terus berkembang untuk menarik wisatawan domestik dan asing. Sekarang, pariwisata telah berkembang menjadi sebuah industri yang memiliki kemampuan untuk membuat dan memasarkan barang wisata. Menurut Junaida (2019), manajemen yang baik dan penanganan khusus diperlukan untuk meningkatkan pariwisata. Menurut Febriandhika dan Kurniawan (2020), pariwisata menjadi salah satu sektor yang memiliki banyak manfaat bagi masyarakat, termasuk manfaat budaya, ekonomi, lingkungan, nilai dari pergaulan, ilmu pengetahuan, dan peluang kerja (Husain, 2023).

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi paling besar terhadap sistem ekonomi suatu wilayah dan global (Gossling et al., 2022). Yandi (2023) menyampaikan bahwa pariwisata adalah sektor ekonomi terbesar pada era yang memainkan peran dalam pembangunan ekonomi banyak negara. Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki potensi pariwisata yang besar. Suatu keuntungan dari negara ini merupakan potensi pariwisata yang berkaitan dengan banyaknya budaya, kultur daerah, dan keindahan wilayah, yang merupakan harta negara dalam mendapat pengakuan internasional. Sebab itu Indonesia menawarkan beragam kategori wisata menarik bagi *tourist* baik lokal maupun mancanegara.

Industri pariwisata Indonesia merupakan penyumbang devisa negara terbaik kedua selama bertahun-tahun (Irawan, Akmalia, dan Masrury, 2019). Bahkan, dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi telah mendorong semakin banyak wisatawan individu untuk menikmati perjalanan secara mandiri, tanpa bergantung pada buku panduan atau layanan agen wisata (Ramadhani et al., 2021). Pada tahun 2019, sektor ini berada di peringkat keempat dalam hal penerimaan devisa, di belakang minyak bumi, gas, batu bara, dan minyak kelapa sawit (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2019). Pemerintah Indonesia

didorong untuk terus menciptakan tempat wisata baru di seluruh Indonesia karena kontribusi besar sektor pariwisata. Bahkan wisata di desa atau lingkungan pedesaan berkembang sebagai jenis pengembangan wisata yang mendukung budaya dan Sejarah daerah. Komunitas-komunitas tersebut mendukung kemajuan ekonomi di wilayah pedesaan sekaligus dapat memberikan pengalaman yang menyeluruh kepada wisatawan (Astuti et al., 2023).

Salah satu bagian penting dari pertumbuhan ekonomi dan pendapatan devisa Indonesia adalah sektor pariwisata, yang terus berkembang (Ardinata et al., 2023). Maka dari itu, pemerintah tampaknya semakin berusaha untuk mengontrol pariwisata dan menjadikannya destinasi wisata. Tujuan inisiatif ini dimulai oleh Arif Yahya selaku mantan Menteri pariwisata pada tahun 2019, dengan mendirikan Pesona Indonesia dengan tujuan untuk meningkatkan citra pariwisata Indonesia baik di dalam negeri ataupun di luar negeri (Simanjuntak, 2019). Grafik tren kunjungan wisata pada tahun 2019-2022 akan dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kunjungan Wisata Indonesia Tahun 2019-2022

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

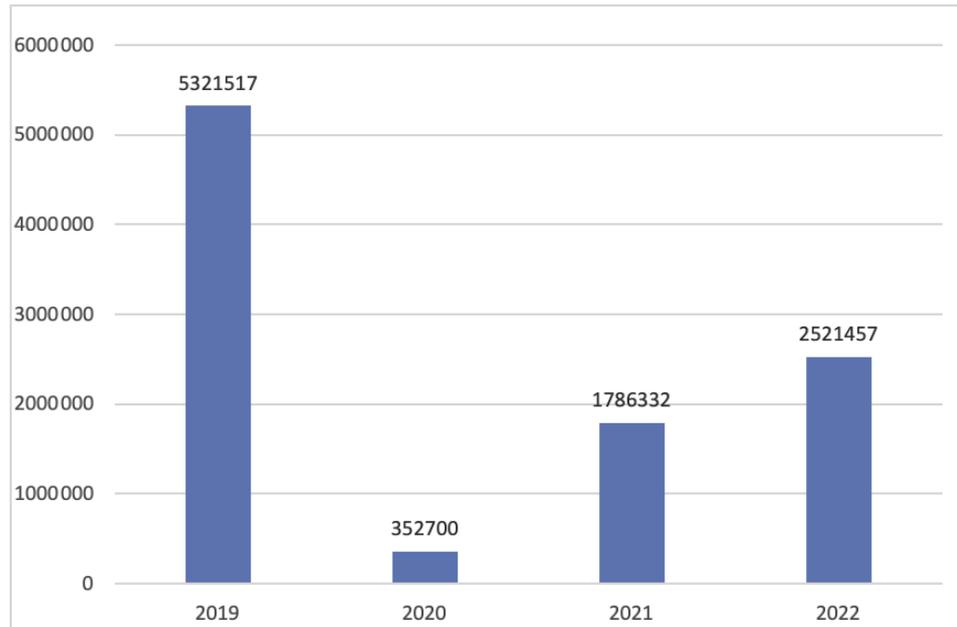
Pada gambar 1.1 dapat dilihat bahwa telah terjadi tren kunjungan wisatawan nusantara. Pada tahun 2020, sektor pariwisata sempat mengalami kesulitan saat pandemi COVID-19. Virus corona atau COVID-19 pertama kali

terdeteksi di Wuhan, China pada akhir tahun 2019. Ketika kasus pertama COVID-19 teridentifikasi di Indonesia pada 2 Maret 2020, hal ini menimbulkan kekacauan dan dampak yang signifikan di berbagai aspek (Isyuardhana, 2021). Pandemi turut memberikan dampak yang besar terhadap koperasi serta Usaha Kecil dan Menengah. Kebijakan pemerintah terkait larangan bepergian dan pembatasan jarak fisik turut mempengaruhi permintaan dari pelanggan (Rismayani et al., 2024). Statistik di atas menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisata mengalami penurunan karena kebijakan *lock down* dan PPKM. Namun, seiring meredanya kasus COVID-19, sektor pariwisata domestik Indonesia terus meningkat pada tahun 2021-2022. Jumlah perjalanan wisatawan nusantara pada tahun 2022 meningkat 19,82% dibandingkan tahun sebelumnya, mencapai 734,86 juta perjalanan. Ini telah melampaui jumlah perjalanan sebelum pandemi COVID-19, dengan jumlah perjalanan sebelumnya lebih rendah dari tahun sebelumnya.

Dengan segala daya tariknya, Indonesia memiliki banyak tempat untuk dinikmati, baik dari segi alam maupun budaya. Daya tarik dapat didefinisikan sebagai semua yang memiliki *value*, keunikan, mudah, dan *value* yang berasal dari keanekaragaman kekayaan buatan manusia atau alam yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi oleh wisatawan. Salah satu faktor pendorong pengunjung untuk mendatangi suatu tempat adalah daya tariknya. Maka dari itu, daya tarik objek wisata menjadi faktor yang sangat mempengaruhi keputusan wisatawan (Susianto, 2022). Jika daya tarik objek wisata menarik dan memenuhi keinginan pengunjung, hal ini akan meningkatkan keputusan mereka untuk datang. Sebaliknya, jika daya tarik objek wisata kurang menarik dan tidak memenuhi keinginan pengunjung, keputusan mereka untuk datang akan menurun (Lebu et al., 2019).

Banyak daerah di Indonesia memiliki karakteristik unik dan daya tariknya sendiri. Misalnya, Labuan Bajo, Lombok, dan Bali memiliki wisata alam, dan Bandung, Yogyakarta, dan Surakarta memiliki wisata budaya dan kuliner. Popularitas berbagai destinasi wisata di Indonesia menjadikan industri pariwisata sebagai pilar penting dalam sektor perekonomian Indonesia

(Alamsyah, Ditya, dan Widarmanti, 2021). Pada penelitian ini, peneliti akan berfokus dalam meneliti Kota Surakarta sebagai objek penelitian dikarenakan Kota Surakarta sebagaimana dikutip dari situs resmi Kota Surakarta, Surakarta.go.id, memaparkan bahwa terjadi pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi pada tahun 2023. Kota Surakarta mencatatkan pertumbuhan ekonomi mencapai 5,6%-5,9%, melewati tingkat pertumbuhan ekonomi yang dicapai oleh Provinsi Jawa Tengah. Kota Surakarta merupakan satu dari kota yang berada di Jawa Tengah dengan berbagai kemungkinan besar pengembangan pariwisata. Kota Surakarta semakin menunjukkan dirinya sebagai tempat wisata dari tahun 2019 hingga 2022. Kota Surakarta berkomitmen untuk menjadi kota wisata budaya dengan motto "*Solo the Spirit of Java.*" Jumlah peningkatan wisatawan di Kota Surakarta menunjukkan berhasilnya pemerintah kota dalam menerapkan kebijakan untuk mengembangkan sektor pariwisata. Hal ini terbukti dengan peningkatan jumlah kunjungan wisata setelah terjadinya COVID-19. Selama periode 2019-2022, kinerja Pemerintah Kota Surakarta dalam memajukan sektor pariwisata sudah menunjukkan hasil positif pasca pandemi COVID-19. Banyaknya upaya telah dilakukan untuk meningkatkan aset-aset wisata, seperti perbaikan fasilitas wisata, peningkatan pemanfaatan bangunan bersejarah, penyelenggaraan kegiatan kebudayaan sebagai daya tarik wisata, serta peningkatan koordinasi di berbagai dinas untuk membangun pariwisata di Kota Surakarta. Meskipun demikian, sektor pariwisata di Kota Surakarta juga menghadapi tantangan selama pandemi COVID-19, sebagaimana terlihat pada grafik tingkat kunjungan wisata berikut.



Gambar 1.2 Data Kunjungan Wisata Kota Surakarta Tahun 2019-2022

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Penjelasan gambar 1.2 dapat dilihat dari terjadi penurunan secara drastis pada tahun 2020 karena adanya kebijakan yang dilakukan guna memutus tingkat penyebaran COVID-19 seperti *lock down* dan PPKM di Kota Surakarta. Namun, pasca terjadinya pandemi COVID-19 tingkat kunjungan wisata Kota Surakarta perlahan mulai mengalami peningkatan kunjungan wisata, dalam 3 periode terakhir pada tahun 2020-2022. Terdapat peningkatan jumlah kunjungan wisata di setiap tahunnya meski jumlah kunjungan wisata pada 3 periode terakhir tahun 2020-2022 masih belum sebanyak kunjungan wisata ke Kota Surakarta pada tahun 2019.

Sektor ekonomi utama yaitu pariwisata dikenal di banyak negara di dunia, dan kontribusinya semakin ditingkatkan dengan pengembangan industri kreatif. Industri kreatif mencakup sektor-sektor seperti seni budaya, penerbitan, media, hiburan, arsitektur, dan desain. Industri kreatif dapat mendukung pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan memperkaya kehidupan budaya (Hurtado-Palomino, Gala-Velasquez, dan Ccorispara-Quintana, 2022). Dalam konteks pariwisata, industri kreatif dapat berkontribusi pada pengembangan

produk dan layanan pariwisata yang lebih inovatif dan menarik. Sektor pariwisata dengan industri kreatif dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan, memperluas pasar pariwisata, dan mempercepat pengembangan pariwisata (Vecchio et al., 2022). Usaha dengan kemampuan industri kreatif yang tinggi memberikan pemasukan yang lebih tinggi dan mengalami pertumbuhan yang lebih cepat dibandingkan dengan usaha dengan kemampuan industri kreatif yang lebih rendah. Pengembangan ekonomi kreatif dalam industri pariwisata menunjukkan bahwa ekonomi kreatif dapat meningkatkan nilai tambah produk dan layanan pariwisata (Nam, Dutt, dan Khan, 2021). Penerapan ekonomi kreatif dalam industri pariwisata harus fokus pada pengembangan produk dan layanan pariwisata yang unik dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan modern. Usaha yang menerapkan strategi ekonomi kreatif dalam pengembangan produk dan layanan mereka akan menjadi lebih sukses dan mampu menciptakan keunggulan keberlanjutan dalam industri pariwisata (Sutarman et al., 2023).

Kota Surakarta disebut sebagai *Spirit of Java*, Kota Budaya, Kota Pariwisata, dan Kota Seniman. Ini disebabkan oleh peran pentingnya dalam mempertahankan tradisi dan budaya dalam masyarakat. Hal ini juga dapat terlihat pada skala besar pada berbagai penyelenggaraan kegiatan yang berfokus pada gaya hidup berbudaya lokal. Dilansir dari laman resmi Kota Surakarta, sebagai kota budaya, berbagai pagelaran seni pertunjukan selalu menghiasi kehidupan sehari-hari warga Kota Surakarta, mulai dari acara tingkat kelurahan dan kota hingga pentas kesenian berskala internasional. Dalam konteks kota kreatif, seni pertunjukan bukan hanya sekadar hiburan dan upaya melestarikan kebudayaan luhur, tetapi juga harus bisa memberikan kontribusi bagi masyarakat, terutama dalam hal aktivitas ekonomi. Pengembangan seni pertunjukan pada Kota Surakarta memiliki arah baru sejak 2015. Tidak hanya membantu mempertahankan warisan budaya, tetapi juga memiliki nilai dalam industri kreatif. Kota Surakarta ditetapkan sebagai salah satu Kota Kreatif 2019 oleh Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) pada 18 Juni 2019.



Gambar 1.3 Solo, Kota Kreatif 2019

Sumber :surakarta.go.id, 2024

Selain itu, Kota Surakarta diakui sebagai bagian dari jaringan Kota Kreatif UNESCO (*Creative Cities Network – CCN*) pada sektor kerajinan dan seni rakyat. Pengakuan ini diberikan oleh UNESCO pada 31 Oktober 2023, bertepatan dengan Hari Kota Sedunia. Kota Surakarta menjadi adalah kota dari 55 kota baru yang masuk pada jejaring Kota Kreatif ini. Kota Surakarta berfokus pada bidang tradisi kerajinan dan kesenian rakyat (*crafts and folk art*). Pencapaian ini menunjukkan keberhasilan kolektif masyarakat Kota Surakarta dalam melestarikan dan mengembangkan warisan budaya kreatif, sehingga mendapatkan pengakuan dari UNESCO *Creative Cities Network*.



Gambar 1.4 Pengakuan dari UNESCO Creative Cities Network
Sumber: surakarta.go.id, 2024

Ekonomi kreatif dapat menjadi pendorong daerah tujuan wisata untuk menciptakan produk unik yang memberikan nilai tambah dan persaingan yang lebih sulit dibandingkan dengan daerah wisata lain. Selain itu, juga dapat menjadi strategi untuk memasarkan destinasi pariwisata, termasuk wisata kota (Artana, Yudi, dan Sudiarta, 2019). Sangat strategis untuk menggabungkan ekonomi kreatif dengan pariwisata. Sebagai contoh, untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, pemerintah Kota Pekalongan menggunakan berbagai strategi untuk mendorong inovasi dan kreativitas dalam proses pengelolaan dan produksi batik. Namun, fokus utama tetap pada aspek fisik untuk menarik lebih banyak wisatawan, rencana yang diterapkan seharusnya memasukkan elemen non-fisik, seperti pelatihan, pameran, atau program pariwisata lainnya (Cemporaningsih, Raharjana, dan Damanik, 2020). Keterkaitan yang erat antara pariwisata dan ekonomi kreatif juga terlihat di Kota Surakarta. Saat ini Kota Surakarta sedang mengembangkan ekonomi kreatif sebagai pendorong pariwisata. Namun, obyek daya tarik wisata yang bergerak dibidang ekonomi kreatif masih belum terlalu dilirik oleh wisatawan yang berasal dari wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Hal ini, dapat dilihat dari data jumlah pengunjung daya tarik wisata

pada gambar 1.5 dibawah ini.

Daya Tarik Wisata	Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata	
	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
	2023	2023
Obyek Wisata	9 807	3 851 647
1. Kampung Situs Budaya Baluwarti	-	-
2. Kethoprak Balekambang	-	-
3. Kraton Kasunanan	-	-
4. Mangkunegaran	6 392	143 186
5. Museum Radya Pustaka	528	33 683
6. Taman Balekambang	-	-
7. W.O Sriwedari	-	56 206
8. THR. Sriwedari	-	-
9. Museum Batik Danar Hadi	2 673	11 074
10. Taman Satwataru (Solo Safari)	-	557 221
11. Museum Keris	212	18 953
12. Museum Lokananta	2	8 324
13. Masjid Raya Sheikh Zayed	-	3 023 000
Event	2	7 900
14. Bakdan Neng Solo	2	7 900
Kota Surakarta	9 809	3 859 547

Gambar 1.5 Data Jumlah Pengunjung Daya Tarik Wisata

Sumber: BPS Kota Surakarta, 2024

Pada gambar 1.5 dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung obyek daya tarik wisata pada tahun 2023 yang bergerak pada industri kreatif tidak sebanyak kunjungan pada obyek daya tarik wisata yang bergerak di non industri kreatif. Jumlah kunjungan pada Mangkunegaran ada di angka 6.392 kunjungan wisatawan nusantara, dan 3.851.647 untuk kunjungan wisatawan mancanegara. Museum Radya Pustaka, jumlah kunjungan nusantara hanya diangka 528, dan 33.683 untuk kunjungan mancanegara. Museum Batik Danar Hadi ada diangka 2.673 untuk kunjungan nusantara, dan 11.074 untuk kunjungan mancanegara. Museum Keris, ada diangka 212 untuk kunjungan nusantara, dan 18.953 untuk kunjungan mancanegara. Museum Lokananta hanya ada diangka 2 jumlah kunjungan nusantara, dan 8.324 untuk kunjungan mancanegara. Sedangkan untuk obyek daya tarik wisata non industri kreatif seperti Masjid Raya Sheikh Zayed ada diangka hingga 3.023.000 kunjungan mancanegara. Lalu, Taman Satwaru (Solo Safari) mencapai angka 557.221 kunjungan wisata mancanegara.

Namun, pada era kepemimpinan Walikota Gibran Rakabuming Raka, daya tarik Kota Surakarta semakin terlihat, dengan diadakannya *event* kebudayaan di

Kota Surakarta dengan mengkombinasikan antara budaya lokal dengan ekonomi kreatif untuk memperkuat nama Kota Surakarta sebagai kota budaya dan kota seniman, dengan mengadakan kembali Ngarsopuro *Night Market* dan *Street Art Market*, yang sempat hiatus karena adanya virus COVID-19 dimana, Ngarsopuro *Night Market* dan *Street Art Market* pertama kali dicetus oleh Walikota Kota Surakarta pada tahun 2009 yaitu bapak Joko Widodo. Ngarsopuro *Night Market* dan *Street Art Market* ini menjadi lokasi wisata yang populer di akhir pekan dimana pengunjung dapat menikmati beragam atraksi hiburan, mulai dari pertunjukan seni jalanan, kesenian daerah, *live music* hingga produk usaha lokal khas Kota Surakarta yang memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi pengunjung. Dilansir dari situs resmi Kota Surakarta, Surakarta.go.id, salah satu daya tarik utama dari Ngarsopuro *Night Market* dan *Street Art Market* adalah pertunjukan *live music* yang dapat menghibur pengunjung. Selain itu, pengunjung juga bisa menjelajahi "spot anak muda" di *Street Art Market* yang terletak di seberang jalan. Kawasan Jalan Gatot Subroto telah menjadi tempat yang ideal untuk anak muda. Menciptakan suasana yang unik dan kreatif, berbagai seni mural menghiasi pintu-pintu toko. Barang-barang buatan tangan yang unik dapat ditemukan pula di *Street Art Market*. Hal ini mencerminkan pemberdayaan terhadap keberlangsungan UMKM dan seniman lokal di Kota Surakarta.

Ngarsopuro *Night Market*, dan *Street Art Market* bukan hanya tempat berbelanja, tetapi juga tempat para pengrajin dan seniman lokal Kota Surakarta berpromosi dan menjual produk mereka ke masyarakat. Hal ini merupakan rencana efektif untuk mendukung pertumbuhan UMKM lokal. Lebih dari 50 lapak seniman yang saat ini memperkaya *Street Art Market* dengan berbagai karya seni yang memukau. Para seniman lokal menawarkan berbagai jenis seni, seperti *body painting*, *face painting*, serta berbagai karya *handmade* yang memukau lainnya.

Ngarsopuro *Night Market* dan *Street Art Market* memberikan inspirasi dan pengalaman menarik bagi pengunjung, sembari memberikan dukungan yang sangat dibutuhkan bagi UMKM dan seniman lokal. Aktivitas ekonomi berbasis kreativitas terus berkembang seiring dengan perubahan lingkungan dan gaya

konsumtif yang semakin menyeluruh. Keterbatasan *business creativity* mempengaruhi penggunaan sumber daya yang optimal. Ini mencakup mendisain ulang barang yang tidak memiliki nilai unik menjadi barang yang memiliki nilai ekonomis tinggi. Selain itu, pertumbuhan ekonomi kreatif memiliki potensi untuk menciptakan nilai tambah, peluang bisnis, lapangan kerja baru, dan segmen pasar baru yang dapat mempengaruhi perubahan konsumsi (Sari et al., 2020). Berdasarkan fenomena yang dipaparkan oleh penulis menyangkut daya tarik wisata dan ekonomi kreatif di Surakarta, menggugah penulis yang berasal dari Kota Surakarta dalam menjalankan proses penelitian berjudul Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Keputusan Berkunjung yang dimediasi oleh Ekonomi Kreatif pada Ngarsopuro *Night Market*, dan *Street Art Market* di Kota Surakarta.

1.3 Perumusan Masalah

Pemaparan latar belakang masalah, maka didapatkan perumusan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah daya tarik wisata di Ngarsopuro *Night Market*, *Street Art Market* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Ekonomi Kreatif pada Ngarsopuro *Night Market*, dan *Street Art Market* di Kota Surakarta?
2. Apakah daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Ngarsopuro *Night Market*, dan *Street Art Market* di Kota Surakarta?
3. Apakah ekonomi kreatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Ngarsopuro *Night Market*, dan *Street Art Market* di Kota Surakarta?
4. Apakah ekonomi kreatif dapat memediasi antara daya tarik wisata dengan keputusan berkunjung pada Ngarsopuro *Night Market*, dan *Street Art Market* di Kota Surakarta?

1.4 Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah, maka terdapat beberapa tujuan yang hendak peneliti gapai dari penelitian ini, antara lain:

1. Mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap ekonomi kreatif

pada Ngarsopuro *Night Market*, dan *Street Art Market* di Kota Surakarta.

2. Mengetahui pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung pada Ngarsopuro *Night Market*, dan *Street Art Market* di Kota Surakarta.
3. Mengetahui pengaruh ekonomi kreatif terhadap keputusan berkunjung pada Ngarsopuro *Night Market*, dan *Street Art Market* di Kota Surakarta.
4. Mengetahui apakah ekonomi kreatif dapat memediasi antara daya tarik wisata dengan keputusan berkunjung pada Ngarsopuro *Night Market*, dan *Street Art Market* di Kota Surakarta.

5. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis, diharapkan untuk memberikan manfaat yang meliputi :

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan wawasan daya tarik wisata dan ekonomi kreatif serta keputusan berkunjung wisata bagi kalangan mahasiswa.
2. Penelitian ini dapat menjadi referensi dan literatur dalam pembahasan ulang penelitian terkait daya tarik wisata, ekonomi kreatif, serta keputusan berkunjung wisata.

1.5.2 Manfaat praktis

1. Bagi penulis, penelitian ini menjadikan sebuah tambahan wawasan tentang daya tarik wisata dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisata pada daerah tertentu yang dimediasi oleh ekonomi kreatif.
2. Bagi Masyarakat, penelitian ini menjadi tambahan informasi mengenai Ngarsopuro *Night Market*, dan *Street Art Market* di Kota Surakarta.
3. Bagi perusahaan di industri kreatif, penelitian ini menjadi wawasan untuk mengetahui peluang yang terjadi dalam keberlangsungan usaha mereka.
4. Bagi akademik, penelitian ini dapat menjadi wawasan pada daya tarik wisata, ekonomi kreatif, serta keputusan berkunjung wisata.

5. Bagi Pemerintah Kota Surakarta, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bahwa daya tarik wisata dapat mempengaruhi keputusan berkunjung wisata di Kota Surakarta, serta ekonomi kreatif mampu memediasi antara daya tarik wisata dan keputusan berkunjung

6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab V dalam laporan penelitian.

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan singkat dan tersusun dengan tujuan memberikan gambaran yang akurat tentang isi penelitian. Bab ini mencakup rangkuman umum mengenai fokus penelitian, sejarah penelitian, perumusan masalah, tujuan riset, manfaat hasil penelitian, dan kerangka rancangan penelitian akhir.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat teori beserta studi-studi sebelumnya, diikuti dengan landasan berpikir penelitian yang diakhiri dengan penyusunan hipotesis.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode, metodologi, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis hasil penelitian untuk menjawab masalah penelitian. Bab ini juga menjelaskan jenis penelitian, populasi dan sampel, prosedur pengumpulan data, evaluasi validitas dan kepercayaan, dan teknik analisis data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, bab ini menyajikan hasil dan analisis penelitian. Bab ini terbagi menjadi dua bagian, yang pertama membahas atau menganalisis hasil penelitian. Setiap bagian diskusi dimulai dengan hasil analisis data, kemudian penjelasan interpretatif, dan penarikan kesimpulan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat rangkuman dan rekomendasi. Kesimpulan merupakan hasil dari investigasi terhadap pertanyaan penelitian, yang selanjutnya

bertransformasi menjadi saran yang berkaitan dengan kegunaan hasil penelitian.