

## *The Attraction of Pahlawan Street Center as a Madiun City Tourist Destination*

Muhyiddin Aziz<sup>1</sup>, Ridho Muarief<sup>2</sup>✉.

<sup>1</sup>Program Studi Bahasa Inggris, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Madiun

<sup>2</sup>Program Studi Administrasi Bisnis, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Madiun

E-mail ✉: [ridho.muarief@pnm.ac.id](mailto:ridho.muarief@pnm.ac.id)

### **ABSTRACT**

*Attraction plays an important role in attracting tourist visits to a tourist destination. A city is often visited by people from outside the area for business or other reasons. If the city has a tourist destination that has its own charm, it can trigger tourist interest for people who come to the city and can advance the tourism sector. Therefore, this study was conducted to determine the attractiveness of Pahlawan Street Center as a tourist destination in Madiun City. The research was conducted using a qualitative descriptive method with data sources obtained from interviews and observations. Validity test is done by triangulation of techniques and sources. The results showed that Pahlawan Street Center has an attraction as a tourist destination because there is an interesting view and atmosphere, tourists can do fun things and tourists can shop there.*

**Keywords :** *Attractions, tourist destinations, Madiun tourism.*

---

## *Daya Tarik Pahlawan Street Centre Sebagai Destinasi Wisata Kota Madiun*

### **ABSTRAK**

Daya tarik memegang peranan penting dalam menarik minat kunjungan wisatawan pada suatu destinasi wisata. Sebuah kota seringkali didatangi orang luar daerah dengan alasan bisnis maupun lainnya. Apabila kota tersebut memiliki destinasi wisata yang memiliki daya tarik tersendiri maka hal tersebut dapat memicu ketertarikan berwisata bagi orang yang datang ke kota tersebut dan dapat memajukan sektor pariwisata. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui daya tarik Pahlawan Street Centre sebagai destinasi wisata di Kota Madiun. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan sumber data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi. Uji validitas dilakukan dengan triangulasi teknik dan sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pahlawan Street Centre memiliki daya tarik sebagai destinasi wisata karena terdapat suatu pemandangan dan suasana yang menarik, wisatawan dapat melakukan hal yang menyenangkan serta wisatawan dapat berbelanja disana.

**Kata kunci :** Daya tarik, destinasi wisata, wisata Madiun

## PENDAHULUAN

Pariwisata dapat menjadi faktor yang menunjang perekonomian daerah. Indonesia sebagai negara kepulauan yang terbentang dari Sabang hingga Merauke memiliki keunikan masing-masing pada setiap daerah. Aset keunikan atau karakteristik yang dimiliki setiap daerah dapat dikembangkan menjadi objek wisata yang bisa ditawarkan pada wisatawan atau pengunjung daerah tersebut. Penting untuk mengemas daya tarik suatu daerah untuk dijadikan destinasi wisata yang memikat minat wisatawan atau pengunjung untuk berwisata di daerah tersebut. Daya tarik wisata dapat berupa sumber daya yang tersedia di daerah tersebut yaitu dapat berupa daya tarik potensi alam atau buatan manusia seperti alam, pegunungan, pantai, flora dan fauna, bangunan bersejarah, monumen, candi, tari, pertunjukan, dan budaya lainnya (Yoeti, 2008:15). Salah satu pariwisata yang berkembang di Indonesia adalah wisata perkotaan atau urban tourism. Pariwisata ini merupakan suatu kegiatan berkunjung atau berwisata di daerah perkotaan dengan memanfaatkan fasilitas yang kota tersebut sediakan.

Pariwisata perkotaan berkembang dengan seiring moblisasi masyarakat modern yang semakin dinamis dalam melakukan aktivitasnya. Hal tersebut dijelaskan oleh Ruetsche (2006) bahwa kegiatan dalam berpergian ke kota-kota terus meningkat selama beberapa waktu tahun terakhir. Banyak orang melakukan perjalanan ini dengan tujuan bisnis dan terdapat pula tujuan untuk mengisi waktu luang yaitu dengan mempelajari budaya, mengembangkan minat atau hobi serta mencari hiburan. Kota-kota dengan kesibukan yang dinamis dan banyak dikunjungi dengan alasan bisnis, pekerjaan dan kegiatan lain apabila menawarkan destinasi wisata yang bisa menjadi tempat singgah atau sebagai ruang pelepas rasa penat dari kesibukan di kota tersebut akan menjadi celah potensi wisata yang cukup untuk dikembangkan.

Aset yang biasanya dimiliki oleh perkotaan untuk ditawarkan pada wisatawan adalah taman kota dan interior tatanan kota. Selaras dengan Utama (2012) yang menjelaskan bahwa taman

kota dan tatanan kota menjadi salah satu sumber daya yang tersedia pada sebuah kota dan dapat dikelola menjadi daya tarik atau destinasi wisata yang layak untuk dikembangkan untuk sektor pariwisata. Pengelolaan taman kota dan interior tatanan kota pasti tidak jauh dari pusat kota dimana pusat kota menjadi pusat segala aktivitas kegiatan kota tersebut berjalan sehingga jarak tempuh yang digunakan wisatawan yang memiliki minat berkunjung dapat lebih efisien dan praktis. Disisi lain menurut Mariotti dan Yoeti dalam Sunaryo (2013:28) kriteria destinasi wisata yang memiliki daya tarik perlu memenuhi indikator sebagai berikut :

1. **Something to See.** Artinya daya tarik wisata harus memiliki daya tarik khusus yang dapat dilihat oleh wisatawan, selain itu juga harus memiliki daya tarik wisata yang dapat dijadikan sebagai hiburan ketika orang datang berkunjung.

2. **Something to Do.** Selain banyak yang bisa dilihat dan disaksikan, juga harus ada beberapa fasilitas rekreasi atau hiburan dan tempat atau wahana yang digunakan wisatawan untuk kegiatan seperti olahraga, seni dan kegiatan lain yang dapat membuat wisatawan menikmati dan tinggal lebih lama.

3. **Something to Buy.** Di tempat-tempat tersebut harus tersedia barang-barang souvenir serta kerajinan lokal yang dibeli wisatawan sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang.

Kota Madiun sebagai kota yang memiliki julukan legendaris yaitu “Kota Gadis” dimana “gadis” merupakan singkatan dari “Perdagangan, Pendidikan, dan Perindustrian” memiliki mobilitas tinggi dikunjungi banyak orang-orang dari luar daerah. pada bidang pendidikan, berdasarkan data Pemerintah Kota Madiun yang dikutip oleh [madiunkota.go.id](http://madiunkota.go.id), Madiun memiliki lebih dari 200 instansi pendidikan termasuk satu-satunya politeknik perkeretaapian di Indonesia. Kemudian dibidang industri, Madiun memiliki beberapa perusahaan berskala besar seperti PT. Industri Kereta Api (PT INKA), Pabrik Rokok Sampoerna, juga Pabrik Gula Rejo Agung yang telah beroperasi sejak tahun 1894. Selain perusahaan besar tersebut terdapat terdapat kuliner khas yaitu sambel pecel. Pada tahun 2020, Kota Madiun merevitalisasi Jalan Pahlawan yang merupakan

jalan protokol kota menjadi salah satu tempat tujuan wisata. Nama jalan pahlwan yang kini lebih dikenal dengan Pahlawan Street Centre memiliki interior yang didesain menarik dan tersedianya fasilitas yang memadai bagi pejalan kaki serta menempatkan beberapa objek wisata berupa duplikat objek wisata dunia seperti replika patung marion Singapura, ka'bah di Mekkah serta Sumber Umis sebagai wisata disekitar jalan pahlawan. Maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu mengenai daya tarik Pahlawan Street Centre sebagai salah satu tujuan wisata di Kota Madiun.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara dengan narasumber terpilih yaitu dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya. Indikator yang digunakan dalam melakukan wawancara yaitu berdasarkan teori Mariotti dan Yoeti dalam Sunaryo (2013:28) :

1. *Something to see*, destinasi wisata memiliki pemandangan atau suasana yang menghibur
2. *Something to do*, terdapat kegiatan menyenangkan yang dapat dilakukan di destinasi wisata
3. *Something to buy*, terdapat hal-hal yang dapat dibeli oleh wisatawan ketika berada di destinasi wisata

Dalam hal ini, wawancara dilakukan dengan pihak terkait atau terlibat langsung dengan Pahlawan Street Centre yaitu narasumber dari pemerintah Kota madiun dan wisatawan yang pernah mengunjungi secara langsung Pahlawan Street Centre. Terdapat 5 orang narasumber dengan rincian sebagai berikut :

1. RF, wisatawan Pahlawan Street Centre
2. SA, wisatawan Pahlawan Street Centre
3. LI, wisatawan Pahlawan Street Centre
4. LS, wisatawan Pahlawan Street Centre
5. WK, wisatawan Pahlawan Street Centre

Selain itu, observasi selama satu bulan juga dilakukan dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara langsung terkait informasi mengenai daya tarik Pahlawan Street Centre dengan menggunakan lembar observasi sebagai pedoman observasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara, hasil observasi, dan dokumentasi telah didapatkan beberapa hasil atau temuan terkait dengan daya tarik Pahlawan Street Centre. Pembahasan dilakukan dengan cara dibagi kedalam tiga indikator berdasarkan teori Mariotti dan Yoeti dalam Sunaryo (2013:28).

### *Something to See*

Yoeti (2002) menerangkan bahwa dalam sebuah destinasi wisata perlu memiliki suatu hal yang menarik pengunjung atau wisatawan untuk melihat destinasi wisata tersebut. Bisa berupa tempat maupun atraksi yang disuguhkan destinasi wisata tersebut. Hal tersebut dapat memicu rasa ingin berkunjung ke objek wisata. Maka dari itu suatu tempat yang dijadikan destinasi wisata perlu menyediakan tempat atau atraksi yang menyenangkan atau menghibur untuk menarik minat wisatawan berkunjung.

Menyikapi instrumen dalam menarik minat berkunjung wisatawan, melalui lima informan dapat diambil sebuah data bahwa pemerintah Kota Madiun merevitalisasi Jalan Pahlawan yang kini menjadi Pahlawan Street Centre dengan mengusung konsep desain mirip pedestrian Jalan Malioboro di Yogyakarta. Nuansa desain pedestrian yang klasik dan penataan yang rapi sepanjang Pahlawan Street Centre membuat kesan tempat yang estetik dan diharapkan dapat menarik kunjungan wisatawan. Desain Pahlawan Street Centre dikonsept dengan mengedepankan desain estetika supaya orang-orang yang berkunjung dapat menikmati keindahan desain dan menciptakan rasa senang dan terhibur. Hal tersebut selaras dengan yang dijelaskan Utomo (2010) bahwa perasaan melihat sesuatu yang estetik dapat menimbulkan rasa bahagia dan terpesona sehingga bila perasaan tersebut sangat kuat akan menimbulkan keinginan untuk mengulang atau mengalaminya kembali. Selaras dengan yang disampaikan oleh WK sebagai wisatawan yang pernah mengunjungi Pahlawan Street Centre sebagai berikut :

*“Saya tiga tahun gak ke Madiun terus mau lihat wajah baru jalan pahlawan yang baru diperbarui, gak nyangka ternyata jadi bagus dan tertata. Lampu, hiasan, tempat duduk sama suasananya mirip kota tua terus latarnya Balai Kota Madiun yang bangunannya bangunan tua*

*jadi ya suasana lawas kerasa gitu. Pemandangan malam dengan lampu-lampu, semua tertata rapi dan tertib. Bener-bener buat jalan-jalan malam itu nyenengin banget.” (wawancara dengan WK, 4 November 2021)*

Rasa menyenangkan ketika berwisata didapat dari suguhan desain yang menawarkan nuansa klasik yang estetik maka diharapkan desain estetik dari Pahlawan Street Centre tersebut dapat menciptakan kesan yang baik dan membuat wisatawan terhibur sehingga memicu motif kunjungan serta kedepannya untuk kunjungan kembali. Pahlawan Street Centre juga dilengkapi beberapa fasilitas seperti *spot* foto, *gazebo* payung, kursi jalan, lampu jalan unik, patung, pinggir jalan besar, dan taman. Pengusungan konsep yang mirip dengan Malioboro di Yogyakarta juga salah satu menjadi daya tarik Pahlawan Street Centre, desain yang mirip namun mengedepankan pedestrian lebih luas dan tidak seramai dengan Malioboro di Yogyakarta menjadikan suasana Pahlawan Street Centre lebih bisa dinikmati secara keseluruhan. Sebagaimana yang disampaikan oleh SA yaitu salah satu wisatawan Pahlawan Street Centre sebagai berikut :

*“Ya mirip alun-alun kota karena HTM-nya gratis cuma bayar parkir, ada tempat istirahatnya cuma pemandangannya lebih bagus disini. Disini spot fotonya banyak soalnya desainnya vintage kota lama gitu tapi sangat mirip sama Malioboro tapi lebih kalem aja suasananya karena ya tidak sepadet atau seramai Malioboro tapi kalau ada ciri khasnya madiun sendiri bakal lebih bagus sih. Sebenarnya ada patung pecel itu lo dijalan masuk, sebenarnya bagus tapi ditengah jalan jadi ngga bisa jadi spot foto.” (wawancara dengan SA, 4 November 2021)*

Selaras dengan hasil observasi, lokasi pedestrian di Pahlawan Street Centre memiliki kondisi yang baik. Fasilitas jalur bagi penyandang disabilitas serta adanya jalur sepeda juga terpantau baik. Hal tersebut menjelaskan bahwa pemandangan ada *view* di Pahlawan Street Centre juga dapat dinikmati oleh para penyandang disabilitas dan pengguna sepeda. Rating dengan nama julukan “Malioboro Madiun” dari Pahlawan Street Centre pada ulasan Google mendapat nilai 4,7 dari 5 (Google, 2021). Hal tersebut juga menjelaskan bahwa Pahlawan Street Centre dapat

memuaskan pengunjung dengan wisata yang disuguhkan. Selaras dengan hasil wawancara dari RF yaitu salah satu turis Pahlawan Street Centre sebagai berikut :

*“Pantas diapresiasi dengan tata estetika bangunan, ornamen dan lalu lintasnya memang mendukung untuk menyamakan dengan malioboro yang asli. Kesini itu enak pas malam tapi kalau mau cari suasana yang hiyup (sejuk), kalem, tenang, dan santai lebih cocok kesini pagi atau sore karena kalau siang panas.” (wawancara dengan RF, 4 November 2021)*

Dari hasil observasi juga ditemukan bahwa waktu paling ramai kunjungan wisatawan adalah saat malam hari, hal ini disebabkan karena suasana lebih sejuk dan lampu-lampu sepanjang Pahlawan Street Centre dengan meriah dinyalakan sehingga suasana perkotaan lebih hidup. Adapun suasana saat pagi dan sore hari, lebih banyak ditemui pengguna sepeda yang menyusuri jalan serta beberapa orang yang bersantai karena suasana lebih sepi daripada malam hari dan udara lebih teduh. Tidak direkomendasikan untuk berkunjung siang hari karena udara disekitar lebih panas, hal tersebut dikarenakan akibat tumbuhan yang baru ditanam disepanjang jalan itu belum tumbuh secara maksimal sehingga kurang bisa memenuhi kebutuhan akan tanaman hijau atau ruang hijau terbuka.

Dari penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa dalam membangun daya tarik destinasi wisata, Pahlawan Street Centre telah memenuhi kriteria menyediakan tempat yang layak untuk wisatawan dengan menyuguhkan tempat yang estetik yaitu desain klasik sepanjang jalan untuk memanjakan mata pengunjung, fasilitas hiburan lain yaitu Sumber Umis, replika patung Marlion dan Ka’bah serta fasilitas kota lainnya disepanjang Jalan Pahlawan baik berupa pusat perbelanjaan maupun pedestrian dan jalur sepeda yang tertata rapi.

#### ***Something to Do***

Memiliki tujuan untuk dikerjakan disuatu destinasi wisata bisa menjadi pemicu motif wisatawan untuk berkunjung. Hal tersebut selaras dengan Yoeti (2002) yang menerangkan bahwa kriteria destinasi wisata perlu menjadi tempat wisatawan melakukan suatu hal yang menyenangkan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, aktivitas yang biasa dilakukan wisatawan di Pahlawan Street Centre adalah

bersantai, jalan-jalan, *hunting* foto serta berbelanja. Hal tersebut selaras dengan yang dijelaskan oleh Dwiputra dan Ardiani (2017) bahwa setiap taman kota memiliki karakteristik yang mempengaruhi respon kegiatan yang dilakukan didalamnya. Maka desain klasik dan suasana Pahlawan Street Centre mendorong wisatawan untuk bersantai dan menikmati pemandangan dan arsitektur ornamen yang indah sepanjang jalan dalam rangka untuk merelaksasi diri, melepaskan penat maupun bersenang-senang. Hal tersebut didukung dengan pernyataan LS sebagai salah satu wisatawan Pahlawan Street Centre antara lain :

*“Ya mau rekreasi aja sebenarnya. Kalau aku sih lebih suka duduk santai nikmatin suasana ramai Kota Madiun, apalagi kalau malam hari kan sangat terang disini, suasananya lebih hidup atau sepedahan dihari minggu pagi terus berhenti duduk santai di Taman trotoar depan balai kota.” (hasil wawancara dengan LS, 4 November 2021)*

mendukung pernyataan LS juga terdapat pernyataan yang hampir serupa dari RF yang berisi

*“Ya kalau ke jalan pahlawan yo tujuannya ke mall buat belanja sama jalan-jalan nyari jajan. Terus nek sekarang habis ke mall ya ke spot foto sepanjang dalam kae buat foto-foto. Bisa juga duduk-duduk sambil santai di tempat duduk yang disediakan kalau capek habis muter-muter mall atau muter madiun.” (hasil wawancara dengan RF, 4 November 2021).*

Dari hasil wawancara terdapat beberapa perbedaan cara wisatawan menikmati wisata di Pahlawan Street Centre. Sebagian yang tidak terlalu menyukai keramaian mempunyai alternatif cara menghabiskan waktu di Pahlawan Street Centre yaitu berfokus pada *hunting* foto untuk kebutuhan minat atau hobi mereka. Sebagaimana yang disampaikan oleh SA yang merupakan salah satu wisatawan Pahlawan Street Centre sebagai berikut :

*“Aslinya kalau malam terlalu rame buat aku, kalau rame-rame aku ngga terlalu suka jadi cuma jalan-jalan dan foto-foto. Kalau pagi atau sore bisa buat sepedahan biasanya karena jalur sepedanya juga rapi dan jalurnya nyaman buat sepedahan karna gak rame.” (hasil wawancara dengan SA, 4 November 2021)*

Dari hasil observasi yang dilakukan di Pahlawan Street Centre didapatkan informasi bahwa selain bersantai, kegiatan belanja juga menjadi motif wisatawan datang ke Pahlawan Street Centre. Selain itu, dijumpai juga beberapa pengguna sepeda yang aktif melaksanakan kegiatan bersepeda khususnya di waktu pagi atau sore terlebih lagi terjadi peningkatan pesepeda di Hari Minggu. Hal tersebut didukung oleh pernyataan WK yang merupakan wisatawan Pahlawan Street Centre sebagaimana berikut *”Menikmati suasana jalanan protokol kota madiun berjalan kaki maupun bersepeda terutama menjelang sore hari memang sangat menyenangkan.” (hasil wawancara dengan WK, 4 November 2021).*

Menurut hasil observasi, banyak wisatawan yang mengasuh anak di Pahlawan Street Centre terlebih di kawasan sekitar replika patung Merlion dan replika Ka’bah, anak-anak bebas berlarian dan bermain di altar atau kawasan yang luas dan terbuka. Dari hasil pengamatan juga dijumpai bahwa wisatawan yang membawa anak kecil cenderung menggandeng atau menggendong anak mereka ketika berada di trotoar. Sebagaimana juga yang dijelaskan oleh LS yang merupakan wisatawan sebagaimana berikut :

*“Di dekat air mancur singa itu altarnya luas jadi enak buat momong si kecil tapi kalau jalannya sangat rame, banyak mobil dan motor yang melintas jadi harus ekstra pengawasan, harus diawasi apalagi kalau sedang di trotoar.” (hasil wawancara dengan LS, 4 November 2021)*

Hal tersebut dikarenakan walaupun telah menjadi kawasan wisata, Jalan Pahlawan merupakan jalan protokol dan jantung Kota Madiun sehingga arus lalu lintas sangat ramai dan menjadikan para wisatawan yang menjadi orang tua meningkatkan kewaspadaan mereka terhadap anak-anak supaya tidak mendekati jalan raya.

Berdasarkan hasil pengamatan, kegiatan atau aktivitas yang sering dilakukan oleh wisatawan di Pahlawan Street Centre adalah berjalan-jalan, bersantai, dan berfoto dimana hal tersebut merupakan kegiatan rekreasi untuk melepas penat. Hal tersebut menjadikan rekreasi menjadi motif kegiatan paling dominan dari wisatawan yang berkunjung di Pahlawan Street Centre. Selaras dengan penelitian dari Dwiputra dan Ardiani (2017) yang meneliti kegiatan apa saja

yang dilakukan wisatawan di taman kota dan dari penelitian tersebut didapatkan data bahwa tingkat motif kegiatan paling dominan yaitu “Rekreasi” sebesar 107 (53,5%) dan “Interaksi Sosial” sebesar 46 (23%). Disusul dengan kegiatan yang tidak dominan adalah “Belajar/ Bekerja” sebesar 23 (11.5%) dan “Makan dan Minum” sebesar 24 (12%). Maka dari itu penjelasan diatas menerangkan Pahlawan Street Centre memenuhi kriteria destinasi wisata yang menarik sebab di Pahlawan Street Centre wisatawan dapat melakukan hal yang menyenangkan dan kegiatan tersebut berdasarkan hasil wawancara serta pengamatan yaitu rekreasi melepas penat, berbelanja serta bersepeda.

### ***Something to Buy***

Berdasarkan Mariotti dan Yoeti dalam Sunaryo (2013:28) sebuah destinasi wisata perlu memiliki suatu tempat untuk wisatawan berbelanja *souvenir* untuk dibawa pulang wisatawan sebagai oleh-oleh atau kenang-kenangan. Maka dari itu suatu destinasi wisata biasa dikelilingi oleh toko, kios atau tempat apapun disekeliling lingkungan wisata sebagai tempat wisatawan membelanjakan uangnya untuk membeli sesuatu yang mengingatkan wisatawan akan destinasi wisata yang mereka kunjungi. Dalam hal ini, Pahlawan Street Centre yang terletak di pusat kota memudahkan akses wisatawan ke tempat belanja oleh-oleh dan sekaligus sepanjang jalan pahlawan wisatawan disugahi tiga pusat perbelanjaan atau *mall* yaitu Matahari Plaza, Lawu Plaza serta Samudra Plaza. Fakta tersebut memudahkan wisatawan berbelanja ketika mengunjungi Pahlawan Street Centre. Selaras dengan hasil wawancara SA yaitu salah satu wisatawan Pahlawan Street Centre yang menyampaikan sebagai berikut :

*“Dekat sama pusat perbelanjaan jadi kalau jalan-jalan tinggal mlipir kalau mau belanja. Kalau mau cari makanan tinggal masuk ke Lawu Plaza atau tempat makan lain disepanjang jalan, di depan Graphari juga ada booth yang jual camilan.”* (hasil wawancara SA, 4 November 2021)

Menurut hasil pengamatan, terdapat beberapa *cafe* dan restoran disekitar Pahlawan Street Centre. Para pengunjung bisa menikmati keindahan Pahlawan Street Centre dari kedai kopi atau restoran tempat mereka membeli makanan dan minuman. Hal tersebut didukung

oleh informasi dari hasil wawancara dengan LS salah satu wisatawan Pahlawan Street Centre sebagai berikut :

*“Disini pusat kota dan dekat hotel jadi mudah kalau mau pesan Hotel langsung, coffe shop disekitar Jalan Pahlawan ini juga banyak kalau mau nongkrong santai. Cuma disini gak ada souvenir khusus yang dijual padahal bisa banget itu jadi kenang-kenangan buat orang rumah.”* (hasil wawancara LS, 4 November 2021)

Akan tetapi tidak jarang juga dijumpai para wisatawan yang telah membawa makanan dari luar tempat wisata. Hal tersebut terjadi karena *stand* makanan ringan atau jajanan yang tersebar dirasa kurang sehingga wisatawan berinisiatif untuk membawa makanan dari luar. Tidak adanya larangan dari pihak pengelola bahwa tidak boleh membawa makanan dari luar juga merupakan sebab hal ini terjadi. Tidak adanya larangan terjadi karena fungsi dari Pahlawan Street Centre ini mengarah pada taman kota yang disediakan pemerintah sebagai area terbuka bagi masyarakat Kota dan wisatawan melakukan aktivitas.

Berdasarkan hasil pengamatan dapat dijelaskan bahwa tidak adanya *stand* khusus atau toko khusus di Pahlawan Street Centre yang menjual *souvenir* yang dapat menjadi kenang-kenangan bagi wisatawan yang berkunjung di Pahlawan Street Centre. Sebagai alternatif pengganti, pusat perbelanjaan di Pahlawan Street Centre menawarkan beberapa barang yang bisa wisatawan beli untuk menjadi oleh-oleh. Konsep taman kota yang ikonik yang dimiliki Pahlawan Street Centre berpotensi menarik minat wisatawan untuk membeli *souvenir* yang akan mengingatkan mereka akan Pahlawan Street Centre. Perihal mengenai tidak adanya *souvenir* khusus pada Pahlawan Street Centre juga disampaikan dalam hasil wawancara dengan LI yang merupakan salah satu wisatawan, LI menyatakan sebagaimana berikut :

*“Dekat sama toko oleh-oleh Mirasa, tidak masuk di jalan pahlawan tapi dekat sama ujung jalan, ya mudah dijangkau lah cuma gak ada souvenir khusus disana atau lebih baik dikasih stand khusus oleh-oleh atau souvenir pas di jalan pahlawan itu.”* (hasil wawancara LI, 4 November 2021)

Maka dari itu, pengembangan *souvenir* dan tempat menjual oleh-oleh dapat diperhitungkan dalam mengelola Pahlawan Street Centre.

Dari penjelasan diatas dapat diambil penjelasan atau fakta bahwa dalam memenuhi kriteria Mariotti dan Yoeti dalam Sunaryo (2013:28) pada indikator “*Something to Buy*” sebagai destinasi wisata yang menarik, Pahlawan Street Centre tidak memiliki *souvenir* khusus yang ditawarkan pada wisatawan. Akan tetapi dilain sisi, Pahlawan Street Centre memiliki tiga pusat perbelanjaan atau *mall* yang bisa dijadikan tujuan berbelanja wisatawan. Hal ini menjadi daya tarik hiburan lain yang dapat ditawarkan pada wisatawan. Hal tersebut didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ikhada dan Diana (2016) mengenai faktor yang mempengaruhi pemilihan *mall* sebagai destinasi belanja, dari penelitian tersebut didapatkan data bahwa faktor terbesar yaitu 31,602% menunjukkan faktor mencari hiburan merupakan alasan yang mempengaruhi konsumen untuk pergi ke mall. Hal tersebut menjelaskan bahwa pemilihan alternatif belanja destinasi wisata Pahlawan Street Centre yang mengarahkan wisatawan berbelanja ke pusat perbelanjaan merupakan tindakan yang sesuai serta memenuhi indikator ini untuk menjadi destinasi wisata yang menarik.

## SIMPULAN

Melalui pembahasan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa Pahlawan Street Centre telah memenuhi kriteria atau indikator sebagai destinasi wisata yang menarik. Pada indikator *Something to See*, Pahlawan Street Centre menyediakan beberapa fasilitas yang dapat dinikmati wisatawan yaitu suasana pedestrian dengan desain klasik dan vintage, jalur sepeda yang tertata, replika patung Marlion dan replika Ka’bah serta Sumber Umis.

Kemudian pada indikator *Something to Do*, wisatawan dapat melakukan berbagai aktivitas yang menyenangkan di Pahlawan Street Centre antara lain yaitu berjalan-jalan santai, duduk sambil menikmati suasana kota, bersepeda, serta berbelanja. Terakhir pada indikator *Something to Buy*, wisatawan tidak disediakan *souvenir* khusus di Pahlawan Street Centre akan tetapi adanya pusat perbelanjaan atau mal menjadi alternatif wisatawan untuk berbelanja di Pahlawan Street Centre. Alternatif berbelanja di mal merupakan salah satu daya tarik mengunjungi Pahlawan Street Centre karena

selain menikmati fasilitas yang disediakan Pahlawan Street Centre, kegiatan berbelanja di mal juga dapat menjadi hiburan tersendiri bagi wisatawan yang datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dwiputra ID, Ardiani NA. 2017. Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Karakteristik Taman Kota. Prosiding : Temu Ilmiah Ikatan Peneliti Lingkungan Binaan Indonesia.
- Google Maps (2021). Malioboro Madiun. <https://Goo.Gl/Maps/I8owmyxs6hzamqkka>. Diakses Pada 6 November 2021.
- Fatati, Ikhada, Diana Puspitasari (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Mal Sebagai Tempat Berbelanja. *Industrial Engineering Online Journal : Universitas Diponegoro*. Vol. 4, No. 4, Apr
- Madiun Pos (2020). “Kota Madiun, Kota Yang Punya Banyak Julukan”. <https://Www.Google.Com/Amp/S/Www.Madiunpos.Com/Kota-Madiun-Kota-Yang-Punya-Banyak-Julukan-1046338/Amp/> Diakses Pada 3 November 2021.
- Permata, Citra Ayunda (2017). Pemilihan Taman Kota Sebagai Daya Tarik Pariwisata Perkotaan Berdasarkan Motivasi Kegiatan. *Journal Of Tourism Destination And Attraction : Universitas Pancasila*. Vol. 2 No. 5.
- Ruetsche J. (2006) *Urban Tourism “What Attracts Visitors To Cities?”*. University Wisconsin-Extension.
- Sugiyono, (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Tri Prasetyo, Utomo (2010) *Estetika Arsitektur Dalam Perspektif Teknologi Dan Seni*. *Jurnal Pendhapa : ISI Surakarta*. Vol 1 No 1
- Utama IGB. 2012. *Pengembangan Wisata Kota Sebagai Pariwisata Masa Depan Indonesia [Disertasi]*. Bali (ID): Universitas Dhyana Pura.
- Yoeti, Oka A, 2008. *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita: Jakarta.
- Yoeti, Oka A. 2002. *Pemasaran Pariwisata Terpadu*. Bandung:Angkasa.

