

# WALKING TOUR SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA PERKOTAAN

Lintang Annisa\*

<http://doi.org/10.5614/wpar.2023.21.1.01>

Diserahkan : 02 Februari 2023

Diterima: 26 Juni 2023

Diterbitkan: 30 Juni 2023

\*Penulis korespondensi, e-mail:  
lintangannisa.itb@gmail.com

*Walking tour* merupakan kegiatan wisata yang fundamental. Sekarang ini, *walking tour* semakin berkembang seiring dengan perubahan pola wisata dari fast tourism ke slow tourism. Jurnal ini membahas pengertian *walking tour* serta manfaatnya sebagai strategi dalam mengembangkan pariwisata perkotaan. Melalui metode kajian literatur, diperoleh definisi *walking tour*, jenis-jenis *walking tour*, serta konsep *walking tour* yang patut dipertimbangkan dalam mengembangkan pariwisata di perkotaan.

**Kata Kunci:** Kajian literatur, Slow tourism, Walking tour, Wisata berkelanjutan, Wisata perkotaan.

Berdasarkan *Executive Summary UNWTO* dengan tema *Walking Tourism: Promoting Regional Development*, "*walking tour* merupakan cara yang populer dalam menjelajahi destinasi wisata. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk mengenal lebih dekat mengenai masyarakat lokal, budaya, dan alam yang ada di wilayah destinasi wisata tersebut. *Walking tour* bisa dikembangkan dimanapun sebagai pariwisata berkelanjutan karena tidak membutuhkan investasi yang besar. Jika dikembangkan dan dikelola dengan baik, kegiatan wisata ini dapat menguntungkan penduduk dan komunitas setempat dari sisi ekonomi dan sosial". Seperti misalnya, di daerah kaminoyama Kurort di Jepang mengkombinasikan *walking tourism* dengan kebijakan kesehatan dan kesejahteraan. Fasilitas untuk berjalan kaki dibangun tidak hanya untuk wisatawan tetapi juga untuk sarana berolahraga warga setempat. Selain itu, *walking tourism* juga bisa digunakan untuk konservasi budaya di destinasi wisata setempat seperti yang dilakukan di Jeju. Pengelola *walking tour* setempat mengadakan seminar untuk warga lokal mengenai nilai-nilai budaya yang ada di area mereka dan pentingnya melakukan konservasi.

Dalam jurnal tersebut juga dijelaskan keuntungan dari *walking tourism* dalam suatu daerah, yaitu:

- 1) Relatif mudah untuk dikembangkan karena tidak membutuhkan investasi yang besar
- 2) Tidak membutuhkan asset khusus
- 3) Memiliki pangsa pasar potensial
- 4) Melengkapi potensi wisata lainnya
- 5) Hal ini bisa berkelanjutan jika dikelola dan dikembangkan dengan baik
- 6) Memiliki potensi besar untuk menguntungkan ekonomi lokal
- 7) Memiliki potensi tinggi untuk kesejahteraan penduduk sekitar

Oleh karena itu dibutuhkan keterlibatan pemangku kebijakan lokal untuk mengembangkan dan mengelola *walking tourism* di daerah destinasi wisata sehingga bisa digunakan untuk membangun peluang bisnis baru bagi warga lokal tanpa pembangunan yang massif sehingga tercipta pariwisata yang berkelanjutan. (Kameyama, 2019)

Pengembangan pariwisata berkelanjutan sendiri menjadi isu penting dalam dunia pariwisata saat ini. Dalam beberapa dekade terakhir, dunia pariwisata berperan penting dalam pembangunan ekonomi global sehingga terjadi pembangunan infrastruktur dan pengembangan industri pariwisata secara massif tanpa memperhatikan budaya dan lingkungan sekitar. Pariwisata menjadi sektor penting dalam pembangunan ekonomi di dunia, sehingga banyak negara yang berinvestasi besar-besaran dalam membangun industri pariwisata.

Seperti yang terjadi di beberapa negara di Uni Eropa sepanjang tahun 1995-2017, industri pariwisata dijadikan mesin pembangunan negara karena potensinya yang besar dalam meningkatkan perekonomian negara. Hal ini dapat dilihat melalui peran pariwisata dalam akumulasi nilai tukar mata uang, terciptanya lapangan pekerjaan yang cukup luas, dan pembangunan infrastruktur. Sehingga banyak negara-negara di Uni Eropa yang menganggap bahwa pariwisata merupakan strategi yang bagus untuk mengembangkan perekonomian negara mereka. Perdagangan bebas dalam sektor pariwisata menjadi faktor penting dalam ekonomi dan pembangunan negara-negara di Uni Eropa tersebut, hal ini membuat pejabat publik dianggap perlu untuk membuat kebijakan yang bisa memaksimalkan keuntungan dari industri pariwisata, seperti meningkatkan insentif pajak, mendukung UMKM dan pengusaha lokal, dan berbagi pengetahuan mengenai industri, serta menjaga kestabilan politik dan keamanan negara. Kemudian investasi dalam sumber daya

manusia juga merupakan asset penting dalam bisnis pariwisata. Selain itu, pembangunan infrastruktur terutama di bidang transportasi juga penting untuk dilakukan seperti misalnya pembangunan jalan, bandara, dan moda transportasi yang memudahkan wisatawan untuk bepergian di negara-negara tersebut. (Matzana, Oikonomou, & Polemis, 2022)

Kesadaran akan pentingnya sektor pariwisata bagi perekonomian suatu negara atau wilayah, menciptakan kesadaran untuk membangun pariwisata yang berkelanjutan agar perkembangan pariwisata tidak hanya menguntungkan secara ekonomi bagi seluruh pemangku kebijakan, tetapi juga bermanfaat bagi budaya dan lingkungan sekitar serta bisa dinikmati oleh generasi mendatang. (Huang, Chang, Chung, Yin, & Yen, 2019)

Menurut UNWTO dalam buku panduan “making tourism more sustainable: a guide for policy makers”, pengembangan pariwisata yang berkelanjutan mengacu pada pembangunan ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya. Pembangunan yang seimbang dalam tiga hal tersebut dapat menjamin keberlangsungan pariwisata dalam jangka panjang. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pariwisata yang berkelanjutan adalah:

- 1) Memanfaatkan secara optimal sumber daya lingkungan yang merupakan elemen kunci dalam pengembangan pariwisata, menjaga proses ekologi yang penting dan membantu melestarikan sumber daya alam dan keanekaragaman hayati.
- 2) Menghormati keaslian sosial-budaya masyarakat tuan rumah, melestarikan warisan budaya dan nilai-nilai tradisional yang mereka bangun dan hidup, dan berkontribusi pada pemahaman dan toleransi antar budaya.
- 3) Memastikan keberlangsungan ekonomi jangka panjang yang layak, memberikan manfaat sosial-ekonomi bagi semua pemangku kepentingan yang terdistribusi secara adil, termasuk lapangan kerja yang stabil dan peluang memperoleh penghasilan serta layanan sosial bagi masyarakat lokal, dan berkontribusi pada pengentasan kemiskinan.

*Walking tour* bisa dijadikan sebuah strategi dalam mengembangkan wisata perkotaan yang berkelanjutan, karena memanfaatkan sumber daya yang sudah ada seperti alam, budaya lokal, dan masyarakat sekitar tanpa pembangunan sarana yang masif tetapi memiliki dampak positif terhadap pembangunan ekonomi di daerah tersebut.

Tulisan ini merupakan literature review dari penelitian bertema *walking tour* terutama kaitannya dengan wisata perkotaan. Tujuan dari *literature review* ini adalah untuk mengetahui hasil penelitian yang berhubungan dengan topik *walking tour*.

Metodologi yang digunakan yaitu *literature review* dimana analisa dilakukan dengan cara membaca, memahami,

menelaah, atau mengkritik tulisan yang sudah pernah dibuat mengenai tema yang sama (Ridwan, AM, Ulum, & Muhammad, 2021)

Pendekatan penelitian menggunakan metodologi studi kepustakaan dengan menelaah 16 jurnal dan 1 tesis terkait *walking tour* dalam pengembangan pariwisata. Hasil telaah dari berbagai jurnal ini akan digunakan untuk mengidentifikasi definisi *walking tour*, jenis-jenis *walking tour* dalam wisata perkotaan, dan contoh konsep *walking tour* yang patut dipertimbangkan dalam mengembangkan wisata perkotaan.

### **Definisi Walking Tour**

*Walking tour* merupakan kegiatan wisata yang umum dilakukan di kota sejak zaman dahulu (Giddy & Hoogendoorn, 2018). Menurut Sekretaris Jenderal UNWTO dalam *executive summary* tentang *walking tourism*, Zurab Pololikashvili, “*walking, our most common mode of travel, is one of the most popular ways, in which tourists can see a destination up close and be active during their visit. Walking tourism allows visitor to directly and deeply experience a destination through their five senses. It also promotes meaningful interactions with local people, nature, and culture*”. (Kameyama, 2019). Hal ini menjabarkan bahwa berjalan kaki merupakan cara yang sangat umum dalam berwisata. Dengan berjalan kaki di destinasi wisata, para wisatawan dapat mengeksplorasi lokasi wisata secara lebih mendalam melalui panca indera mereka. Selain itu, berjalan kaki juga membuat wisatawan bisa berinteraksi lebih dekat dengan warga lokal, alam, dan budaya.

### **Walking Tour dalam pengembangan wisata**

Dewasa ini, *walking tour* semakin berkembang di beberapa kota besar, seiring dengan meningkatnya keinginan wisatawan untuk memiliki pengalaman otentik di suatu destinasi wisata, termasuk dalam hal kebudayaan lokal dan alam sekitar.

Tentunya hal ini membuat pergeseran pola wisata dari *fast tourism* menjadi *slow tourism*. Pada pola *fast tourism*, wisatawan pada umumnya berkunjung ke ikon-ikon destinasi wisata dalam beberapa waktu yang cukup padat sehingga tidak sempat merasakan cita rasa asli kebudayaan lokal dan alam sekitar. Sementara dalam *slow tourism*, wisatawan dapat mengeksplorasi destinasi wisata lebih mendalam tanpa terburu-buru dan mendapatkan pengalaman yang lebih terikat dengan destinasi wisata tersebut. Selain itu, *slow tourism* juga merupakan jenis wisata yang berkelanjutan dari sisi sosial, ekonomi, dan lingkungan (Simeoni & Crescenzo, 2019)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Oh, Assaf, dan Baloglu (2014), mode *slow tourism* memiliki hasil yang positif dibanding *fast tourism*, yaitu: kepuasan turis (43%), niat kembali (30%), dan niat rujukan (43%). (Oh, Assaf, & Baloglu, 2014). Oleh karena itu, fenomena *slow tourism* ini

dapat digunakan untuk mengembangkan pariwisata melalui strategi *walking tour*.

Dengan *walking tour*, wisatawan dapat lebih mengeksplorasi dan mengenal kehidupan lokal dan alam pada suatu destinasi wisata. Terdapat dua jenis tema besar dalam *walking tour*, yaitu budaya dan alam. *Walking tour* yang mengeksplorasi budaya memiliki berbagai macam tema, seperti misalnya tentang cagar budaya, kuliner, dan kehidupan urban. Sementara *walking tour* yang bertemakan alam biasanya mengeksplorasi alam sekitar dengan cara menyusuri tepi pantai (*coastal walk*), menyusuri sungai, atau menyusuri jalur pejalan kaki di pegunungan (*biking*).

### **Urban Walking Tour sebagai strategi dalam membentuk persepsi wisatawan**

Dalam pengembangan wisata perkotaan, *walking tour* pada umumnya mengeksplorasi potensi kebudayaan yang ada pada kota tersebut, misalnya *heritage walking tour* untuk mempelajari cagar budaya setempat atau *culinary walking tour* untuk menikmati keunikan kuliner pada wilayah tersebut. Bahkan di beberapa kota, ada beberapa *walking tour* yang dilakukan untuk mendapatkan pengalaman dalam mengunjungi area kumuh yang ada di kota tersebut agar wisatawan merasakan lingkungan lokal yang otentik yang berbeda dengan destinasi wisata pada umumnya, contohnya Jakarta Hidden Tours, Johannesburg Walking Tour, dan Hip Hop Tour di Los Angeles.

Tentunya *walking tour* yang mengeksplorasi wilayah kumuh ini menjadi perbincangan beberapa kalangan, terutama pemerintah, karena pertimbangan etis. *Walking tour* yang memperlihatkan kemiskinan dalam suatu kota merupakan hal yang problematis karena memberikan citra negatif suatu kota di mata wisatawan. Selain itu, jika wilayah kumuh dianggap sebagai potensi wisata, maka akan muncul tendensi untuk mempertahankan kekumuhan wilayah tersebut, padahal seharusnya dilakukan pemberdayaan pada masyarakat sekitar untuk menarik mereka dari kemiskinan. Kemudian, pada umumnya yang menjadi operator dari *walking tour* tersebut adalah orang luar yang bukan merupakan penduduk lokal. Hal ini tentunya bisa menciptakan persepsi tertentu bagi wisatawan tanpa sudut pandang dari masyarakat lokal dan ini berarti tidak adanya pemberdayaan masyarakat lokal dalam kegiatan tersebut karena mereka hanya dijadikan obyek wisata (Giddy & Hoogendoorn, 2018).

Sebagai contoh *walking tour* yang ada di Johannesburg, Afrika Selatan, yang memiliki stigma sebagai *slum tourism* karena dianggap sebagai kota yang belum maju. Dari penelitian yang dilakukan oleh Gijsbert Hoogendoorn dan Julia K. Giddy, terhadap beberapa operator *walking tour* di Johannesburg, diperoleh hasil bahwa mayoritas peserta *walking tour* tidak menganggap bahwa hal itu adalah *slum tourism*. Mereka berpendapat bahwa yang disajikan dalam *walking tour* adalah perubahan atau transisi sebuah kota dalam pembangunan. Sebagian berpendapat bahwa ada beberapa area miskin tetapi

tidak bisa dikatakan kumuh dan ada juga yang berpendapat bahwa hal yang wajar dalam sebuah kota terdapat area yang bagus dan area yang buruk, sementara sebagian lain merasa pernah melihat kota yang lebih buruk di negara lain sehingga tidak menganggap destinasi *walking tour* di Johannesburg sebagai area yang kumuh. Berdasarkan jurnal tersebut, justru *walking tour* mengubah persepsi wisatawan terhadap kota Johannesburg. Sekitar 70% responden mengubah persepsinya menjadi lebih positif terhadap kota tersebut. Mereka melihat pembangunan dalam kota tersebut dan merasa aman ketika mengikuti kegiatan *walking tour*. Hal ini berbeda dengan pandangan mereka sebelumnya dikarenakan 'teritorial stigma'. Dengan demikian, tujuan para operator *walking tour* di kota Johannesburg sudah tersampaikan, yaitu memperkenalkan kebudayaan lokal kepada wisatawan, memperlihatkan perkembangan pembangunan di kota tersebut, dan memberikan rasa aman bagi wisatawan. (Hoogendoorn & Giddy, 2017)

Berdasarkan penelitian tersebut, *walking tour* dapat dimanfaatkan untuk membangun *awareness* wisatawan dan juga untuk membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu kota. Jika hal ini dimanfaatkan dengan baik, dapat digunakan untuk membuat *image* pariwisata yang positif bagi kota tersebut sehingga wisatawan mau untuk datang kembali ke destinasi tersebut atau bahkan mempromosikannya ke orang lain. Hal ini menjadi penting karena kepuasan wisatawan merupakan hal krusial dalam industri pariwisata dan jika dikelola dengan baik, kepuasan wisatawan tersebut dapat menjadi alat pemasaran bagi sebuah destinasi (Ginting & Wahid, 2014)

Oleh karena itu, dibutuhkan kapabilitas dan profesionalisme pemandu *walking tour* karena harapan utama para peserta *walking tour* adalah mereka dapat memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap kota tersebut dan mereka dapat merasakan budaya lokal. Sehingga mereka pada umumnya akan menginterpretasi kota tersebut berdasarkan informasi yang diberikan oleh pemandu *walking tour*. Dengan demikian, wisata *walking tour* ini membutuhkan profesionalisme agar dapat menginterpretasikan dan mengkomunikasikan budaya, sosial, cagar budaya, dan lingkungan kepada wisatawan secara tepat dan membangun citra positif di mata wisatawan. (Dubey, 2013)

### **Culinary Walking Tour sebagai strategi dalam meningkatkan perekonomian lokal**

Dari segi budaya, salah satu jenis *walking tour* yang berkembang adalah *culinary walking tour*. Tur ini pada umumnya mencoba beberapa jenis makanan khas di suatu daerah dengan berkeliling berjalan kaki dan dipandu oleh seorang *tour guide*.

Menurut "The Global Report on Food Tourism" yang dibuat oleh UNWTO, Wisata kuliner merupakan salah satu sektor dari pariwisata yang memiliki kontribusi dominan terhadap *gross domestic product* (GDP). Pengeluaran wisatawan

pada umumnya didominasi oleh makan dan minum karena ketika wisatawan berkunjung ke suatu daerah maka mereka cenderung ingin mencoba kuliner khas di daerah tersebut. (UNWTO, 2012)

Oleh karena itu, di masa sekarang ini, wisata kuliner berkontribusi besar dalam perkembangan wisata di suatu daerah (Stowe & Johnston, 2012).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dian Ruts dan Budiarto (2019), persepsi wisatawan berperan penting terhadap keberlangsungan *culinary walking tour*. Wisatawan yang merasa puas terhadap pengalaman yang didapatkan selama berwisata kuliner akan cenderung loyal terhadap produk wisata tersebut. Selain itu, penghitungan persepsi juga bisa mendatangkan dampak yang positif terhadap pemasaran produk wisata kuliner sehingga informasi mengenai kuliner otentik di daerah tersebut dapat disebarluaskan dengan lebih mudah. Akan tetapi, selain kegiatan dan produk wisata kuliner, kemampuan pemandu dalam *guiding tour* juga mempengaruhi persepsi wisatawan. (Ruts & Budiarto, 2019). Oleh karena itu *branding image* terhadap kuliner di suatu daerah penting untuk dilakukan agar menarik wisatawan untuk berkunjung dan datang kembali.

Selain itu, menurut Nwokorie dalam jurnalnya yang berjudul *Food tourism in local economic development and national branding in Nigeria*, keterkaitan antara kuliner dan pariwisata dapat menciptakan sebuah platform untuk pembangunan ekonomi lokal. Pengalaman dalam berkuliner bisa memperkuat *branding* dan pemasaran daerah destinasi. Dibutuhkan kolaborasi yang kuat antara pengelola objek wisata dengan pemangku kebijakan di bidang kuliner agar wisata kuliner membawa dampak positif bagi pembangunan perekonomian lokal. Sinergi yang diperlukan adalah cara menyediakan kebutuhan makanan yang memadai bagi wisatawan, dalam hal kualitas dan kuantitas, sehingga pada akhirnya meningkatkan pengalaman perjalanan mereka. Jika sebuah destinasi wisata dapat membuat wisatawan tinggal lebih lama di tempat tersebut, ekonomi lokal akan mendapat manfaat dari efek multiplier sebagai hasil bisnis yang dihasilkan oleh jaringan kegiatan kewirausahaan para pemangku kepentingan lokal. (Nwokorie, 2015)

Oleh karena itu, jika *food walking tour* dapat dikelola dengan baik, hal ini bisa berkontribusi besar dalam pembangunan ekonomi lokal di suatu daerah, karena pada umumnya yang menjadi obyek dalam *walking tour* ini adalah makanan-



Sumber: Dokumen pribadi, 2018.

**Gambar 1.** Cakue Ko Atek, makanan khas lokal sejak tahun 1971, yang menjadi salah satu obyek *walking tour* Passer Baroe yang diselenggarakan oleh Jakarta Good Guide

makanan lokal yang diproduksi oleh produsen-produsen lokal di daerah tersebut.

### ***Heritage Walking Tour* sebagai strategi dalam memperoleh identitas wisata perkotaan**

*Heritage walk* merupakan salah satu strategi dalam mengeksplorasi kekayaan budaya atau sejarah sebuah destinasi. Kegiatan ini memiliki peran penting dalam mengkomunikasikan perkembangan kota baik terkait sejarah, budaya, dan pembangunannya.

Dewasa ini *heritage walking tour* menjadi sebuah trend pariwisata yang berkembang cukup pesat di kota-kota besar di dunia dan di Indonesia, misalnya *I'm free walking tour* di Sydney dan Melbourne (Sydney Free Walking Tours | I'm Free Tours Sydney (imfree.com.au)) dan Jakarta *Good Guide* di Jakarta ( JAKARTA – goodguide.id). Pada umumnya operator *walking tour* tersebut menawarkan wisata jalan kaki untuk memberikan informasi mengenai sejarah dan budaya pada suatu kota.

Menurut Timothy dan Boyd (2015, pp 18-19), empat poin utama dalam pengembangan *heritage walk* adalah: mempromosikan pelestarian dan konservasi, mendorong pembangunan ekonomi, meningkatkan *city branding*, dan mencapai tujuan politik.

Menurut Zelmarie Cantillon dalam jurnalnya yang berjudul *Urban heritage walk in rapidly changing city: tension between preservation and development on the Gold Coast, Australia*, *Heritage walk* bisa dijadikan alat untuk menceritakan pengaruh sejarah dan budaya terhadap pengembangan sebuah kota di masa sekarang dan di masa depan kepada wisatawan. Dalam studi kasus yang dilakukan oleh Cantillon terhadap *Southport*

*Heritage Walk*, kegiatan ini bisa digunakan untuk mengubah citra Gold Coast, terutama di wilayah Southport, dari sebuah pusat bisnis yang gemerlap menjadi sebuah pusat bisnis kelas dunia yang memiliki sejarah dan budaya yang kaya. Operator *Southport Heritage Walk* juga membuat strategi yang perlu diambil agar SHW dapat berjalan efektif dan menarik. Langkah yang paling dasar adalah adanya ketepatan alat (misalnya peta) dengan keadaan lingkungan yang sebenarnya, hal ini bisa juga dilakukan dengan alat digital seperti misalnya penggunaan aplikasi khusus. Inovasi tersebut bisa memudahkan wisatawan dalam mengeksplorasi Southport dan dapat berpengaruh pada perkembangan wisata budaya dan sejarah di lingkungan tersebut. Kemudian, pengembangan *heritage walks* dapat memanfaatkan berbagai lapis sejarah yang ada di Gold Coast sehingga dapat memperkaya materi *walking tour*, misalnya bagaimana pemandu SHW tidak hanya menceritakan tentang *indigenous era* di Gold Coast, tetapi juga dapat menceritakan sejarah budaya yang lebih terbaru seperti pada masa kedatangan imigran dan pembangunan kota setelahnya. Keadaan dalam sejarah tersebut tentunya mempengaruhi perubahan *landscape* di Gold Coast serta perubahan komposisi penduduk terutama pasca perang dunia ke-2. Oleh karena itu, alih-alih menyembunyikan permasalahan yang berpotensi kontroversial dalam pembangunan sejarahnya, Gold Coast dapat memanfaatkan sejarah mengenai perubahannya yang cepat sebagai identitas dari kota tersebut. (Cantillon, 2019)

Menurut Ridha Muhammad Ichsan dalam tesisnya yang berjudul *Analisis benda cagar budaya sebagai potensi kawasan wisata perkotaan Kota Bogor*, “pembangunan suatu wilayah idealnya dilakukan berdasarkan potensi yang dimiliki wilayah tersebut. Namun seringkali pembangunan yang dilakukan malah mengeliminasi potensi yang ada. Seperti halnya terhadap keberadaan suatu kawasan cagar budaya di wilayah perkotaan. Keberadaan kawasan cagar budaya dengan segala bentuk objek cagar budaya yang ada di dalamnya perlahan semakin hilang digeser oleh pembangunan perkotaan yang semakin pesat. (Ichsan, 2016)

Pembangunan perkotaan di Indonesia pada umumnya lebih berfokus pada pembangunan menuju kota modern atau kota metropolitan dan jarang memperhatikan peninggalan-peninggalan sejarah yang ada di kota tersebut, sehingga seringkali potensi cagar budaya yang ada tergusur digantikan oleh bangunan baru yang lebih modern. Padahal hal ini bisa menghilangkan jejak sejarah kota tersebut, terutama dalam hal cagar budaya. Selain itu, pembangunan yang kurang mempertahankan warisan sejarah kota juga bisa menghilangkan identitas kota tersebut secara perlahan hingga akhirnya generasi masa mendatang hanya mengetahui sejarah kota tersebut melalui cerita tanpa melihat bukti peninggalan sejarahnya.

Jika cagar budaya dijadikan potensi wisata, dalam hal ini sebagai objek *walking tour*, maka kondisi fisik bangunan cagar budaya eksisting harus diperhatikan. Pengamatan kondisi fisik cagar budaya ini dapat dilakukan bersamaan dengan

memetakan jumlah sebaran cagar budaya pada masing-masing kawasan. Dengan dilakukannya *scoring* pada setiap kawasan cagar budaya, dapat diketahui seberapa besar kawasan tersebut dapat dieksplorasi menjadi potensi daya tarik wisata perkotaan. Sehingga dalam waktu perencanaan pembangunan dan ruang kota berikutnya, hal ini dapat dijadikan referensi untuk melakukan konservasi dan pengembangan kawasan cagar budaya sebagai poin penting perencanaan kota. (Ichsan, 2016)

Oleh karena itu, cagar budaya yang dirawat dan dimanfaatkan dengan baik dapat dijadikan jiwa sebuah kota. Dengan dilakukannya konservasi terhadap cagar budaya maka akan semakin banyak masyarakat dan wisatawan yang mengetahui dan mengerti tentang perkembangan kota tersebut. *Walking tour* dapat dijadikan strategi dalam mengkonservasi dan memanfaatkan cagar budaya dengan baik, karena cagar budaya tersebut akan dirawat dan dijaga selaras dengan pembangunan yang berkelanjutan, tentunya dengan kolaborasi *stakeholders* terkait. Hal ini diharapkan dapat membuat identitas budaya sebuah kota tidak hilang akibat dari pembangunan masif.

## Kesimpulan

Berdasarkan *literature review* terhadap beberapa jurnal dan thesis yang berkaitan dengan *walking tour* dan perkembangannya dalam wisata perkotaan, dapat diperoleh informasi bahwa *walking tour* merupakan kegiatan wisata fundamentalis dari awal sejarah perkembangan pariwisata. Dewasa ini, *walking tour* digunakan sebagai strategi pengembangan pariwisata, terutama di perkotaan, karena adanya perubahan trend dari *fast tourism* ke *slow tourism*, dimana wisatawan lebih suka mengeksplorasi budaya lokal dan alam setempat secara mendalam. Dalam pengembangan wisata perkotaan sendiri, *walking tour* dapat dijadikan strategi untuk:

- 1) Membentuk persepsi wisatawan
- 2) Meningkatkan perekonomian lokal
- 3) Memperoleh identitas

Ketiga strategi tersebut dapat dioptimalkan dengan adanya kolaborasi *stakeholders* terkait. Meskipun demikian, persepsi terkait penggunaan *walking tour* menjadi strategi pengembangan wisata perkotaan dalam penelitian ini masih menurut pendapat para ahli. Sehingga sebaiknya ditindaklanjuti dengan studi lapangan dan juga mengkaji dari sudut pandang masyarakat setempat atau komunitas lokal sehingga manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan *walking tour* ini dapat lebih optimal dan realistis.

## Daftar Pustaka

Cantillon, Z. (2019). Urban heritage walk in a rapidly changing city : tensions between preservation and development on the Gold Coast, Australia. *Journal of*

- Heritage Tourism*, 1-15. DOI: 10.1080/1743873X.2019.1618315
- Dubey, D. A. (2013, July). Heritage area interpretation and experiences. *International journal of scientific research*, 2(7), 509-511. DOI: 10.36106/ijsr
- Giddy, J. K., & Hoogendoorn, G. (2018). Ethical concerns around inner city walking tours. *Urban Geography*, 1-8. DOI: 10.1080/02723638.2018.1446884
- Ginting, N., & Wahid, J. (2014, December). Exploring identity's aspect of continuity of urban heritage tourism. *Procedia: social and behavioral sciences*, 234-241. DOI: 10.1016/j.sbspro.2015.08.227
- Hoogendoorn, G., & Giddy, J. K. (2017). "Does this look like a slum?" Walking tours in the Johannesburg inner city. *Urban Forum*, 315-328. DOI 10.1007/s12132-017-9307-2
- Huang, R.-Y., Chang, W.-J., Chung, Y.-C., Yin, Y.-S., & Yen, J. C. (2019). A literature review of sustainable tourism (1990-2016) : development trajectory and framework. *International Journal of Tourism and Hospitality Reviews*, 6(1), 20-49. DOI: 10.18510/ijthr.2019.613
- Ichsan, R. M. (2016). *Analisis benda cagar budaya sebagai potensi kawasan wisata perkotaan Kota Bogor*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Kameyama, S. (2019). *Walking Tourism : Promoting Regional Development*. Madrid: UNWTO. doi:DOI: 10.18111/9789284420520
- Matzana, V., Oikonomou, A., & Polemis, M. (2022). Tourism activity as an engine of growth : lessons learned from the European Union. *Risk and Financial Management*, 15(177), 1-15. DOI: 10.3390/jrfm15040177
- Nwokorie, E. C. (2015, January). Food tourism in local economic development and national branding in Nigeria. *HATMAN journal of hospitality and tourism*, 5(1), 20-30. DOI: 10.2139/ssrn.2770711
- oh, H., Assaf, A. G., & Baloglu, S. (2014). Motivations and goals of slow tourism. *Journal of Travel Research*, 1-15. DOI: 10.1177/0047287514546228
- Ridwan, M., AM, S., Ulum, B., & Muhammad, F. (2021). Pentingnya penerapan literature review pada jurnal ilmiah. *Jurnal Masohi*, 2(1), 42-51. DOI: 10.36339/jmas.v2i1.427
- Ruts, D., & Budiarto. (2019). Persepsi wisatawan pada pelaksanaan food walking tour jakarta. *EduTurisma*, IV(1), 1-15.
- simeoni, F., & Crescenzo, v. d. (2019, Agustus 29-30). Walking tourism : opportunities and threats for sustainable development the case of Va Sentiero Project. *EISIC (excellence in services international conference)*, 541-554.
- Stowe, L., & Johnston, D. (2012). Throw your napkin on the floor : authenticity, culinary tourism, and a pedagogy of the senses. *Australian journal of adult learning*, 52(3), 460-483.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2015). *Tourism and Trails : cultural, ecological, and management issues*. Bristol: Chanel View Publication.
- UNWTO. (2012). *Global Report on Food Tourism*. Madrid: UNWTO. DOI: 10.18111/9789284414819



**Lintang Annisa** merupakan mahasiswa aktif angkatan 2022 pada program studi Magister Perencanaan Kepariwisata pada Sekolah Arsitektur, Perencanaan, dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung. Sebelumnya, Lintang Annisa telah mendapatkan gelar sarjana pada jurusan Sastra Inggris pada Fakultas Ilmu Budaya di Universitas Indonesia pada tahun 2009. Selain aktif sebagai mahasiswa, Lintang Annisa juga bekerja sebagai Fungsional Adyatama Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor.