

ABSTRACT

The tourism sector plays a vital role in driving economic growth while also serving as a medium for preserving cultural heritage. The city of Solo, as the center of Javanese culture with the slogan “The Spirit of Java,” has great potential for developing tourism based on local cultural values. One of the most prominent cultural assets in Solo is the traditional market, which not only functions as a hub of economic activity but also holds distinctive historical, social, and cultural values. This study aims to identify the 6A components in the development of a cultural tourism package based on traditional markets in Solo and to design a feasible and marketable tourism product. The method used in this study was qualitative descriptive, with a field study approach through observations and interviews conducted with market vendors, visitors, and travel agency representatives. The research focuses on four traditional markets—Pasar Gede, Pasar Legi, Pasar Triwindu, and Pasar Klewer—which were selected based on criteria such as the number of stalls and level of activity, reflecting their high potential for cultural interaction. The findings show that these four markets possess cultural appeal, accessibility, supporting facilities, and significant potential to be developed into cultural tourism destinations. Through the design of this traditional market-based cultural tourism package, it is expected to support the preservation of local culture, enhance the tourism appeal of Solo, and strengthen the role of traditional markets as flagship tourism destinations. This study produces a tourism package titled "Solo Market Quest: Jelajah Budaya & Rasa di Empat Pasar Tradisional"

Keywords: cultural tourism, traditional market, Solo City, tour package, cultural preservation.



INTISARI

Sektor pariwisata memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan sekaligus menjadi media pelestarian warisan budaya. Kota Solo, sebagai pusat kebudayaan Jawa dengan slogan *"The Spirit of Java,"* memiliki potensi besar dalam mengembangkan wisata berbasis budaya lokal. Salah satu aset budaya yang menonjol di Solo adalah pasar tradisional, yang tidak hanya berfungsi sebagai pusat kegiatan ekonomi, tetapi juga menyimpan nilai-nilai historis, sosial, dan budaya yang khas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komponen 6A dalam pengembangan Paket Wisata Budaya Pasar Tradisional di Kota Solo serta merancang sebuah paket wisata yang layak dan memiliki nilai jual. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan pendekatan studi lapangan melalui observasi dan wawancara kepada pedagang pasar, pengunjung, dan pihak biro perjalanan wisata. Empat pasar yang menjadi fokus penelitian, yaitu Pasar Gede, Pasar Legi, Pasar Triwindu, dan Pasar Klewer, dipilih berdasarkan kriteria jumlah kios dan tingkat aktivitasnya. berdasarkan tingkat aktivitas dan jumlah kios yang mencerminkan potensi interaksi budaya yang tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat pasar tersebut memiliki daya tarik budaya, kemudahan akses, fasilitas pendukung, serta potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata budaya. Melalui perancangan paket wisata budaya berbasis pasar tradisional ini, diharapkan dapat mendukung pelestarian budaya lokal, meningkatkan daya tarik wisata Kota Solo, serta memperkuat peran pasar tradisional sebagai destinasi wisata unggulan. Penelitian ini menghasilkan produk paket wisata yang diberi nama *"Solo Market Quest: Jelajah Budaya & Rasa di Empat Pasar Tradisional"*

Kata kunci: wisata budaya, pasar tradisional, Kota Solo, paket wisata, pelestarian budaya.