

**Analisis Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Kawasan Kota Lama
Kota Surabaya**

Bonifasius Deva Putratama¹, Singgih Manggalou²

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

devaputratama363@gmail.com¹, singgih.m.adneg@upnjatim.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to analyze the strategies for developing tourism destinations in the Old Town area of Surabaya, focusing on the formulation, implementation, and evaluation of these strategies. The method used is descriptive analysis with a qualitative approach. Data collection techniques consist of observation, interviews, and documentation, with informants from the Department of Culture, Youth, and Sports and Tourism, tour guides, and tourists. The research results indicate that Surabaya's Old Town has significant potential as a heritage tourism destination, evidenced by the increasing trend in historical tourism, an active historical community, and well-preserved colonial buildings. The area development strategy is realized thru building revitalization programs, space utilization, improved accessibility, and the development of MSMEs. Tourism promotion is carried out thru Famtrip activities, cultural attractions, and thematic tourism such as jeep tours and tourwagen, which have proven to enhance the positive image of the area. However, several obstacles are still encountered, including limited public facilities, security, street vendor management, and competition with other heritage destinations. Evaluation shows that cross-agency collaboration, CSR support, and community participation play an important role in achieving sustainable development. Thus, the development of Surabaya's Old Town not only emphasizes the preservation of heritage values but is also able to make a real contribution to the local economy and the city's image.

Keywords : Development Strategy, Tourism Destination, Old City of Surabaya, Heritage Tourism

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan destinasi pariwisata di kawasan Kota Lama Surabaya dengan fokus pada perumusan, implementasi, dan evaluasi strategi. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan informan dari Dinas Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga serta Pariwisata, pemandu wisata, dan wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kota Lama Surabaya memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata heritage, ditandai dengan tren wisata sejarah yang meningkat, komunitas sejarah yang aktif, serta bangunan kolonial yang masih terjaga. Strategi pengembangan kawasan diwujudkan melalui program revitalisasi bangunan, pemanfaatan ruang, peningkatan aksesibilitas, dan pengembangan UMKM. Promosi wisata dilakukan melalui kegiatan *Famtrip*, atraksi budaya, dan wisata tematik seperti jeep tour dan tourwagen yang terbukti mampu meningkatkan citra positif kawasan. Namun demikian, sejumlah kendala masih ditemui, antara lain keterbatasan fasilitas umum, keamanan, penataan PKL, serta persaingan dengan destinasi heritage lain. Evaluasi menunjukkan bahwa kolaborasi lintas instansi, dukungan CSR, serta partisipasi masyarakat berperan penting dalam mewujudkan pengembangan yang berkelanjutan. Dengan demikian, pengembangan Kota Lama Surabaya tidak hanya menekankan pelestarian nilai heritage, tetapi juga mampu memberi kontribusi nyata terhadap ekonomi lokal dan citra kota.

Kata kunci : Strategi Pengembangan, Destinasi Pariwisata, Kota Lama Surabaya, Wisata Heritage.

PENDAHULUAN

Negara Republik Indonesia merupakan negara dengan bentuk atau wilayah geografis yang memiliki kekayaan alam yang melimpah karena terdiri dari berbagai wilayah kepulauan dengan keberagaman suku dan budaya yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Keindahan alam yang disuguhkan di Indonesia menjadikan negara Indonesia menjadi salah satu negara yang mempunyai berbagai macam wisata yang menjadi salah satu sektor unggulan. Sektor pariwisata saat ini menjadi salah satu faktor yang lagi gencar-gencarnya dikembangkan oleh pemerintah pusat maupun daerah agar penghasilan masyarakat dapat bertambah, sehingga mampu mendorong kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Pariwisata dapat didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan seseorang dari lokasi tempat tinggalnya ke lokasi lain yang bersifat sementara, dengan tujuan utama untuk rekreasi, penyegaran pikiran, dan menghabiskan waktu luang bersama keluarga yang secara keseluruhan bertujuan untuk mencari hiburan (Spillane, 1993 dalam Sugiyarto & Amaruli, 2018). Pariwisata merupakan sektor yang memiliki peran penting dalam mendorong kemajuan di bidang ekonomi, sosial budaya, dan aspek-aspek lainnya. Keberadaan sektor pariwisata memberikan dampak positif, salah satunya meningkatkan devisa negara dan memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat disekitar tempat wisata sehingga hal tersebut dapat mengurangi tingkat pengangguran serta mengentaskan kemiskinan. Pemerintah terus berupaya menjadikan pariwisata sebagai pilar pembangunan nasional karena sektor ini memiliki kemampuan dalam mendukung perekonomian. Sejalan dengan hal tersebut, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan menyebutkan bahwa pembangunan sektor ini penting untuk mewujudkan pemerataan lapangan kerja dan manfaat serta membantu mengatasi berbagai tantangan kehidupan ditingkat lokal, nasional, hingga global (Ethika, 2016 dalam Pajriah, 2018).

Salah satu jenis pariwisata yang potensial adalah pariwisata budaya, yang memiliki hubungan erat dengan pariwisata itu sendiri. Secara tidak langsung, pariwisata budaya dapat berkontribusi pada pelestarian dan pertumbuhan budaya Indonesia. Hal ini terjadi karena destinasi wisata berbasis budaya mempresentasikan kekayaan lokal, seperti kesenian dan adat istiadat yang menjadi daya tarik bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Selain itu, pariwisata jenis ini juga memberikan nilai edukasi bagi pengunjung melalui berbagai elemen budaya, seperti seni pertunjukan, kuliner tradisional, festival, sejarah, seni rupa, dan kebiasaan hidup masyarakat.

Kearifan lokal tumbuh dari nilai-nilai budaya lokal, nilai-nilai adat istiadat dan nilai-nilai keagamaan yang terus berkembang pada suatu kelompok masyarakat guna dapat menyesuaikan dengan lingkungan sekitar. Suatu daerah pasti memiliki kearifan lokal yang menjadi ciri khas yang dapat berpotensi untuk mendukung pengembangan tersebut. Pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal dapat menjadi modal jangka panjang bagi suatu daerah karena setiap kawasan pasti memiliki sumber daya alam, sumber daya manusia dan pengetahuan lokal yang menjadi nilai positif bagi perkembangan objek wisata di daerah tersebut.

Warisan peradaban di Surabaya yang masih tersisa, salah satunya dapat diamati adalah keberadaan kota lama yang memiliki corak bangunan yang mencerminkan akulturasi budaya antara Jawa, Tionghoa, Arab atau Timur Tengah serta Melayu. Pulau Jawa telah lama menjadi wilayah yang dihuni oleh berbagai orang asing, seperti Tionghoa, Arab atau Timur Tengah, dan Melayu. Pada masa kolonial Belanda, Kota Surabaya mengaktualisasikan sistem pembagian etnis yang tercermin dalam pembentukan kawasan khusus bagi setiap kelompok. Hal ini terlihat dari keberadaan Kampung Pecinan untuk penduduk Tionghoa, Kampung Arab untuk penduduk Arab atau Timur Tengah, serta Kampung Melayu untuk masyarakat Melayu. Pembagian ini mencerminkan kebijakan kolonial yang mengelompokkan penduduk berdasarkan etnisitas mereka. Kota Surabaya dulu menjadi jalur utama bagi kapal-kapal pedagang, maka sungai kalimas ini berkembang menjadi pusat perdagangan. Kawasan perdagangan dan jasa dapat ditemukan di Jalan Rajawali, Jalan Kembang Jepun, Jalan Karet, Jalan Panggung dan Jalan KH. Mas Mansyur, yang juga disebut sebagai "Kampung Arab". Namun, seiring dengan pesatnya perkembangan yang dialami Surabaya setelah ditetapkan sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Timur, kawasan Kota Lama mengalami penurunan perhatian dan terabaikan akibat adanya pembangunan infrastruktur baru yang masif (Putra, 2016).

Salah satu bentuk peninggalan tersebut adalah cagar budaya yang menyimpan nilai sejarah penting dari zaman penjajahan. Keberadaan cagar budaya baik berupa bangunan ataupun lingkungan juga memberikan ciri khas dan identitas tersendiri bagi bangsa Indonesia, sekaligus dapat membedakannya dengan negara-negara lain. Oleh karena itu, perlindungan dan revitalisasi cagar budaya menjadi tanggung jawab pemerintah yang harus terus dilakukan untuk menjaga dan menghidupkan kembali warisan budaya dengan melalui upaya pelestarian yang berkelanjutan.

Revitalisasi Kota Lama di Indonesia adalah langkah strategis yang tidak hanya bertujuan untuk memperbaiki infrastruktur, tetapi juga untuk menghidupkan nilai-nilai budaya dan sejarah yang di kandunginya. Proyek ini telah dilakukan di berbagai kota, termasuk Jakarta, Bandung, Semarang dan Surabaya, masing-masing kota memiliki karakteristik unik yang mencerminkan warisan budaya lokal. Sebagai salah satu kota terbesar yang memiliki sejarah panjang menjadi pusat perdagangan sejak abad ke-16, Surabaya menyimpan kekayaan budaya serta arsitektur yang khas dan beragam. Revitalisasi Kota Lama Surabaya dipilih karena kawasan ini tidak hanya menjadi saksi bisu perjalanan sejarah Kota Pahlawan dari masa kolonial hingga kemerdekaan, tetapi juga mempresentasikan keberagaman etnik dan dinamika sosial masyarakatnya. Selain itu, revitalisasi di Surabaya bertujuan menghidupkan kembali semangat masa lalu sekaligus membuka peluang inovasi dan Pembangunan keberlanjutan yang mampu memperkuat identitas kota sebagai Kota Pahlawan yang modern dan berdaya saing.

Berdasarkan dari Peraturan Daerah Kota Surabaya No. 5 Tahun 2005 Pasal 1 Ayat 16 bahwa "Revitalisasi merujuk pada upaya mengubah bangunan atau lingkungan cagar budaya agar dapat dimanfaatkan untuk fungsi yang lebih relevan tanpa mengakibatkan perubahan yang signifikan". Menurut Departemen Permukiman dan Prasarana Wilayah menghidupkan kembali sebuah area yang telah menurun, meningkatkan nilai strategis

vitalitas utama dari sebuah area yang masih menjanjikan dan mengoperasikan sebuah area yang mengarah pada ketidakaturan adalah tujuan dari revitalisasi.

Kota Lama Surabaya saat ini telah mengalami proses revitalisasi dan pengembangan sebagai destinasi wisata yang berfokus pada warisan budaya dan sejarah. Pemerintah Kota Surabaya telah melaksanakan berbagai persiapan, mulai dari penataan tanaman, penerangan jalan umum (PJU), hingga perbaikan pedestrian, dan pengecatan gedung-gedung bersejarah untuk menghidupkan kembali kawasan ini. *Soft launching* wisata Kota Lama dilaksanakan pada 27 Juni 2024, diikuti oleh *grand launching* pada 3 Juli 2024 yang dimeriahkan dengan berbagai pertunjukan menarik seperti video mapping show, orchestra, teatrikal sampai dengan drum corps. Peresmian Kota Lama ini bertujuan untuk menghidupkan kembali nilai tambah pariwisata dan ekonomi kreatif.

Saat ini, Kota Lama merupakan destinasi wisata yang terkenal karena keberadaan bangunan-bangunan bersejarah yang tetap mempertahankan arsitektur klasiknya. Bangunan bergaya khas Eropa ini menjadi daya tarik utama yang memikat wisatawan untuk menikmati suasana nostalgia Surabaya tempo dulu. Kota Lama berpusat di Jalan Rajawali di mana deretan bangunan cagar budaya menciptakan pemandangan yang unik dan ikonik. Kota Lama juga menawarkan empat zona utama yang bisa dieksplorasi, yakni Zona Eropa pengunjung bisa melihat bangunan Pos Bloc, De Javasche Bank, Gedung Internatio, Gedung Cerutu, dan Sirup Telasih Siropen. Zona Pecinan yang mencakup kawasan Jalan Karet, Jalan Kembang Jepun hingga Jalan Panggung dengan menawarkan warisan budaya Tionghoa serta Zona Arab yang dikenal sebagai pusat wisata religi di sekitar kawasan Sunan Ampel.

Selain itu, Kota Lama Surabaya juga menawarkan beberapa spot wisata unggulan di kawasan Zona Eropa, antara lain Pos Bloc Surabaya, bekas sekolah Ir. Soekarno yang kini menjadi ruang kreatif atau ruang publik bagi masyarakat, Museum De Javasche Bank, bangunan bersejarah pada tahun 1829 yang dulunya berfungsi sebagai bank sentral Hindia Belanda, Gedung Cerutu yang sebelumnya digunakan sebagai kantor pabrik gula di tahun 1916, Gedung ini bergaya arsitektur Eropa klasik dengan pintu berjeruji dan menjadi favorit untuk berfoto, Jembatan Merah, ikon populer dengan warna merah mencolok dan di kelilingi area kuliner. Tak ketinggalan Pabrik Siropen pabrik juga menjadi daya tarik karena pengunjung bisa melihat langsung proses pembuatan sirup tradisional dan membeli produk asli dari pabrik. Dengan banyaknya tempat yang menarik dan bersejarah, Kota Lama Surabaya memberikan pengalaman wisata yang edukatif sekaligus menyenangkan, menjadikannya destinasi yang sayang untuk dilewatkan.

Kota Lama Surabaya sebagai destinasi wisata yang relatif baru memiliki potensi besar untuk menjadi unggulan dalam sektor pariwisata, namun kunjungan wisatawan ke Kota Lama Surabaya menunjukkan pola fluktuatif setiap bulannya. Hal ini mungkin disebabkan Kota Lama Surabaya sebagai destinasi wisata yang masih baru sebagai tujuan wisata, yang mencerminkan adanya tantangan dalam menjaga daya tarik kawasan tersebut. Data mengenai kunjungan wisatawan dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 1 Jumlah Pengunjung Kota Lama Surabaya 2024

DATA KUNJUNGAN KOTA LAMA TAHUN 2024		
No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	39.328
2	Febuari	36.478
3	Maret	46.150
4	April	36.318
5	Mei	38.808
6	Juni	88.314
7	Juli	188.109
8	Agustus	136.698
9	September	128.359
10	Oktober	107.579
11	November	73.179
12	Desember	73.173
Total Keseluruhan		992.493

Sumber: Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga serta Pariwisata Kota Surabaya, 2024

Menurut data yang diperoleh jumlah kunjungan wisatawan Kota Lama Surabaya saat *Grand Launching* pada bulan Juli mencapai 188.109 pengunjung, kemudian pada bulan Agustus menurun mencapai 136.698 pengunjung, kembali menurun drastis pada bulan September hingga Desember dengan total 73.173 pengunjung. Penurunan data kunjungan yang fluktuatif ini, dapat disimpulkan bahwa meskipun Kota Lama Surabaya berhasil menarik perhatian wisatawan pada saat *Grand Launching* dengan 188.109 pengunjung, penurunan signifikan yang terjadi pada bulan-bulan berikutnya menunjukkan perlunya evaluasi dan pengembangan yang lebih efektif untuk menjaga minat dan meningkatkan jumlah kunjungan.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan ke Kota Lama Surabaya, salah satunya ada sistem pengembangan dan penataan destinasi wisata yang belum sepenuhnya optimal. Kota Lama memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata unggulan di Surabaya, dengan bangunan-bangunan kolonial yang masih terjaga dan daya tarik budaya yang kaya, kawasan ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal apabila dikelola dengan strategi yang tepat. Namun, tantangan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat lokal dan wisatawan termasuk penyediaan fasilitas dan lingkungan yang masih menjadi perhatian utama.

Dari penjelasan di atas, potensi sekaligus tantangan yang dihadapi Kawasan Kota Lama Surabaya sebagai destinasi wisata berbasis sejarah dan budaya menunjukkan perlunya strategi pengembangan yang tepat agar kawasan ini dapat berdaya saing dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, penelitian ini merumuskan permasalahan utama yang berkaitan dengan strategi pengembangan destinasi pariwisata di Kawasan Kota Lama Kota Surabaya, dengan tujuan untuk memahami dan mengetahui langkah-langkah strategis yang diperlukan dalam mengoptimalkan potensi kawasan serta mengatasi tantangan yang ada.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Fokus penelitian menggunakan teori manajemen strategi dari David (2019) yang terdiri dari 3 tahapan utama, yaitu Perumusan Strategi, Implementasi Strategi, dan Evaluasi Strategi. Fokus tersebut dipilih untuk mengetahui sejauh mana strategi pengembangan destinasi pariwisata dapat berjalan secara efektif.

Penulis mengambil lokasi penelitian di Kawasan Kota Lama Surabaya, yang beralamat di Jalan Rajawali, Kecamatan Krembangan, Kota Surabaya. Subyek dan informan penelitian ini adalah Ketua Tim Kerja Destinasi Wisata Bidang Pariwisata dan Staf Bidang Pariwisata di Dinas Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga serta Pariwisata, Petugas atau pemandu wisata dan Wisatawan. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yang terdiri dari 4 tahapan yaitu: Pengumpulan data, Kondensasi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan. Instrument alat penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data selama dalam penelitian dilapangan dengan menggunakan pedoman wawancara, buku catatan, serta perangkat perekam suara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, peneliti menyajikan analisis data terhadap hasil penelitian mengenai analisis strategi pengembangan destinasi pariwisata di kawasan Kota Lama Surabaya. Strategi ini mencakup kebijakan dan langkah-langkah yang dirancang oleh pemerintah kota, dinas pariwisata, serta pemangku kepentingan untuk meningkatkan daya tarik, kenyamanan, dan keberlanjutan kawasan wisata. Pembahasan difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Ketiga aspek ini menjadi dasar untuk memahami efektivitas upaya pengembangan kawasan Kota Lama sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Uraian selanjutnya akan mengacu pada teori manajemen strategi yang relevan untuk mendukung analisis terhadap setiap fokus kajian.

Perumusan Strategi

Proses perumusan strategi berdasarkan analisis yang dilakukan bahwa Kota Lama Surabaya memiliki potensi besar sebagai destinasi pariwisata berbasis sejarah dan budaya. Potensi tersebut tidak hanya terlihat dari tren wisata *heritage* yang terus meningkat, tetapi juga dari peran komunitas sejarah yang aktif menyelenggarakan *walking tour* serta keberadaan bangunan kolonial yang masih terjaga dengan nuansa autentik. Karakter kawasan yang fotogenik semakin memperkuat daya tariknya, khususnya bagi generasi muda di era digital, sementara aktivitas seni dan penataan ruang publik kian menghidupkan suasana kawasan.

Meski demikian, besarnya potensi tersebut juga diiringi oleh tantangan dan keterbatasan yang tidak dapat diabaikan. Dari sisi eksternal, kawasan menghadapi persoalan lingkungan Surabaya Utara yang masih terkesan kumuh, adanya potensi kriminalitas, serta persaingan dengan kota lain yang lebih dulu berhasil mengembangkan

wisata heritage. Sementara dari sisi internal, terdapat keterbatasan fasilitas umum, belum optimalnya keamanan, minimnya papan informasi sejarah, serta keterbatasan area parkir yang berpotensi mengurangi kenyamanan wisatawan. Kondisi inilah yang menuntut adanya strategi pengelolaan yang lebih baik sekaligus pemberdayaan masyarakat, agar potensi besar Kota Lama dapat benar-benar terwujud secara berkelanjutan.

Sejalan dengan itu, arah pengembangan kawasan tidak hanya berfokus pada konservasi cagar budaya, melainkan juga menekankan pemanfaatan bangunan bersejarah agar memiliki fungsi produktif yang mampu mendukung kegiatan ekonomi masyarakat. Dengan langkah ini, pelestarian kawasan tidak berhenti pada menjaga nilai autentik semata, melainkan juga berperan sebagai instrumen penggerak ekonomi lokal melalui kegiatan pariwisata berbasis budaya. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar sekaligus memperkuat daya saing Kota Lama di tengah persaingan destinasi wisata *heritage*.

Arah pengembangan tersebut semakin diperkuat dengan strategi promosi yang menempatkan Kota Lama sebagai event space, terutama melalui pemanfaatan Plaza Internatio sebagai pusat kegiatan. Strategi ini tidak berjalan sendiri, tetapi dikembangkan melalui kolaborasi pentahelix yang melibatkan pemerintah, akademisi, komunitas, dan pelaku usaha, sehingga mampu memperluas jangkauan promosi dan memperkokoh keberlanjutan kawasan. Lebih jauh, rencana integrasi rute wisata yang menghubungkan Kota Lama dengan Tugu Pahlawan, Pos Bloc, hingga BTPN menjadi langkah strategis untuk memperkaya pengalaman berwisata. Dengan integrasi tersebut, Kota Lama berpeluang besar menjadi ikon wisata budaya unggulan Surabaya, sekaligus menghadirkan keseimbangan antara pelestarian, pemanfaatan, dan pemberdayaan masyarakat lokal.

Implementasi Strategi

Strategi pengembangan destinasi pariwisata di kawasan Kota Lama Surabaya dijalankan melalui revitalisasi bangunan, pemanfaatan ruang, serta peningkatan aksesibilitas. Proses ini diawali dengan forum group discussion (FGD) bersama pemerintah, komunitas, akademisi, dan Tim Ahli Cagar Budaya (TACB) untuk menyusun rencana strategis yang selaras dengan prinsip pelestarian heritage. Implementasinya melibatkan dukungan sektor swasta serta pengawasan berkelanjutan, dengan salah satu program kunci berupa penataan Plaza Internatio sebagai pusat kegiatan. Meski akses ke kawasan relatif mudah, evaluasi tetap diperlukan karena masih ditemui kendala seperti keberadaan pedagang kaki lima, kegiatan yang tidak sesuai dengan karakter kawasan, dan masalah kebisingan, masih menjadi perhatian serius bagi TACB dalam menjaga kualitas pengelolaan.

Selain fokus pada penataan ruang, pengembangan Kota Lama juga diarahkan pada penguatan sektor ekonomi kreatif. Pemerintah menerapkan pendekatan yang berbeda dibandingkan kawasan lain seperti Tunjungan dan Kya-Kya, yaitu melalui pemanfaatan bangunan cagar budaya dengan melibatkan UMKM menengah ke atas. Proses market sounding antara pemilik gedung dan pelaku usaha menjadi salah satu strategi untuk mengisi ruang-ruang heritage. Meski biaya sewa yang tinggi sering menjadi hambatan, solusi berupa insentif pengurangan sewa untuk kegiatan budaya mulai diupayakan. Pendekatan ini sekaligus menekankan pentingnya menjaga keaslian visual kawasan,

sehingga karakter arsitektur kolonial tetap menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Daya tarik Kota Lama pun berkembang secara organik melalui kegiatan seni, budaya, dan olahraga, sehingga kawasan semakin hidup dan memperkuat citranya sebagai destinasi *heritage* yang otentik.

Pada akhirnya, pengelolaan kawasan masih berpusat pada Dinas Pariwisata dengan dukungan pelaku wisata lokal. Peningkatan kapasitas pemandu wisata dan admin tur menjadi aspek penting agar mereka tidak hanya menyediakan layanan, tetapi juga mampu menyampaikan narasi sejarah yang menarik. Dengan begitu, pengalaman wisatawan di Kota Lama tidak hanya terbatas pada aktivitas fotografi, melainkan juga mencakup pemahaman budaya yang lebih mendalam serta berkesan.

Evaluasi Strategi

Strategi promosi dan revitalisasi kawasan Kota Lama Surabaya menunjukkan hasil yang signifikan dalam membangun citra kawasan sebagai destinasi wisata unggulan. Melalui kegiatan *Famtrip* (Familiar Relation Trip) yang melibatkan influencer dari berbagai daerah, Kota Lama berhasil memperkenalkan konsep *open air museum*, atraksi budaya, hingga wisata tematik seperti *jeep tour* dan *tourwagen*. Revitalisasi infrastruktur, penataan kabel udara, serta peningkatan keamanan turut memperkuat suasana *heritage* di Zona Eropa, sekaligus menciptakan kenyamanan bagi pengunjung. Hasilnya, perhatian wisatawan terhadap kawasan ini meningkat pesat, sehingga citra Surabaya Utara yang sebelumnya kurang positif kini bertransformasi menjadi kawasan yang layak dikunjungi.

Perubahan positif tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan lahir dari sinergi lintas instansi. Dinas Pariwisata berfokus pada pengelolaan destinasi, sementara Dishub mengatur lalu lintas dan parkir, serta instansi lain mendukung dari aspek infrastruktur, lingkungan, dan regulasi. Keberhasilan strategi ini tercermin dari meningkatnya kunjungan wisatawan, kualitas pelayanan yang lebih baik, hingga keterlibatan komunitas jeep yang telah dibekali pelatihan untuk mendampingi wisatawan. Dengan demikian, pengembangan Kota Lama tidak hanya meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga mendorong partisipasi masyarakat lokal dalam menciptakan pengalaman wisata yang lebih berkesan.

Namun, dinamika pengembangan kawasan tentu masih menyisakan sejumlah kendala. Permasalahan klasik seperti keterbatasan lahan parkir, minimnya fasilitas umum, dan kurangnya papan informasi sejarah perlu mendapat perhatian serius. Pemerintah Kota bersama stakeholder menangani permasalahannya melalui koordinasi rutin lintas instansi, baik dalam forum rapat di Balai Kota maupun komunikasi langsung antar dinas teknis. Upaya ini juga disertai dengan penataan pedagang kaki lima, perbaikan jalan, hingga revitalisasi fasad bangunan yang terus dilakukan secara bertahap.

Dalam menjaga momentum perkembangan, strategi promosi kawasan diperkuat dengan inovasi produk wisata yang memberi pengalaman berbeda bagi pengunjung. Evaluasi berkelanjutan pun dijadikan landasan agar setiap tantangan dapat diadaptasi dengan solusi tepat. Dengan langkah ini, pengembangan Kota Lama Surabaya tidak hanya berfokus pada aspek pelestarian *heritage*, tetapi juga pada peningkatan kualitas destinasi secara menyeluruh, sehingga mampu memberikan manfaat nyata bagi masyarakat lokal serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi kota.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah ditemukan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan destinasi pariwisata di kawasan Kota Lama Surabaya menunjukkan adanya upaya yang terarah dalam menjadikan kawasan ini sebagai ikon wisata *heritage*. Strategi pengembangan dilaksanakan melalui tiga tahapan utama, yaitu:

Perumusan Strategi. Kota Lama Surabaya memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata *heritage*. Potensi tersebut tercermin dari tren wisata sejarah yang terus meningkat, keberadaan komunitas sejarah yang aktif, serta masih terjaganya bangunan kolonial yang autentik. Namun demikian, tantangan berupa citra lingkungan yang kumuh, potensi kriminalitas, dan persaingan dengan kota lain menuntut perlunya strategi diferensiasi agar identitas Kota Lama semakin kuat dan berdaya saing.

Implementasi Strategi. Implementasi strategi telah diwujudkan melalui revitalisasi bangunan, pemanfaatan ruang, peningkatan aksesibilitas, hingga pengembangan UMKM. Plaza Internatio diposisikan sebagai pusat kegiatan, sementara kolaborasi multipihak yang melibatkan pemerintah, komunitas, akademisi, swasta, serta Tim Ahli Cagar Budaya (TACB) berperan penting dalam menjaga keseimbangan antara pelestarian dan pemanfaatan kawasan. Meski demikian, masih dijumpai sejumlah kendala teknis, seperti keterbatasan fasilitas umum, keamanan kawasan, serta penataan PKL yang memerlukan perhatian lebih serius.

Evaluasi Strategi. Hasil evaluasi menunjukkan strategi promosi melalui kegiatan *Famtrip*, atraksi budaya, serta wisata tematik terbukti mampu memperkuat citra positif Kota Lama sekaligus meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Revitalisasi infrastruktur dan peningkatan keamanan turut menciptakan suasana *heritage* yang lebih nyaman. Kolaborasi lintas instansi dan dukungan CSR menegaskan arah pengembangan yang berkelanjutan, meskipun aspek fasilitas penunjang dan keberlanjutan kegiatan seni budaya masih perlu ditingkatkan agar kualitas pengalaman wisatawan semakin optimal.

SARAN

Berdasarkan temuan tersebut, diperlukan upaya strategi diferensiasi agar Kota Lama Surabaya memiliki identitas yang kuat dibandingkan destinasi *heritage* lain di Indonesia. Peningkatan kualitas fasilitas publik, keamanan kawasan, serta penataan PKL harus menjadi prioritas agar kenyamanan pengunjung dapat terjaga.

Selain itu, kolaborasi multipihak yang sudah terjalin perlu diperkuat dengan keterlibatan masyarakat lokal secara lebih aktif, baik melalui pelatihan pemandu wisata, penyelenggaraan kegiatan seni budaya, maupun pengembangan UMKM. Dukungan teknologi informasi dan promosi digital juga penting untuk memperluas jangkauan wisatawan, khususnya generasi muda. Dengan demikian, strategi pengembangan Kota Lama tidak hanya berorientasi pada pelestarian, tetapi juga mampu menciptakan manfaat nyata bagi masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi kota.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Afrisa, D., & Umilia, E. (2023). Identifikasi Faktor-Faktor yang Berpengaruh pada

Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal

Volume 7 Nomor 12 (2025) 3405 – 3414 P-ISSN 2656-274x E-ISSN 2656-4691

DOI: 10.47476/reslaj.v7i12.9879

- Pengembangan Kawasan Wisata Kota Lama Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*, 12(2), 69–74. <https://doi.org/10.12962/j23373539.v12i2.112339>
- Anggara, S. (2015). *Metode Penelitian Administrasi*. CV. Pustaka Setia.
- Fred R. David. (2019). *Manajemen Strategik: Suatu Keunggulan Bersaing Konsep*. Salemba Empat.
- Miles, M. B., & A. Michael Huberman. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE Publications, Inc.
- Nandia Pelita Kusumadewi. (2022). Pengembangan Potensi Wisata Festival Kota Lama Semarang Sebagai Daya Tarik Wisata di Kota. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 18(1), 33–40. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v18i1.201>
- Ningtihana, I. R., Cikusin, Y., & Abidin, A. Z. (2021). STRATEGI DINAS SOSIAL KOTA BATU DALAM MENINGKATAN KESEJAHTERAAN SOSIAL LANJUT USIA (LANSIA) TERLANTAR (Studi Kasus Di Kelurahan Sisir Kecamatan Batu Kota Batu) Jurusan Administrasi Negara , Fakultas Ilmu Admiministrasi , Universitas Islam Malang , Jl. *Jurnal Respon Publik*, 15(8), 51–56.
- Purwantiasning, A. W. (2020). Kajian Konsep Kontekstual Bentuk Pada Bangunan Di Kawasan Kota Lama Semarang. *Nature: National Academic Journal of Architecture*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.24252/nature.v7i1a5>
- Putra. (2016). IDENTIFIKASI KELESTARIAN KAWASAN KOTA LAMA MELALUI PROTEKSI BANGUNAN CAGAR BUDAYA OLEH PEMERINTAH KOTA SURABAYA. *Jurnal Pengembangan Kota*, 4.
- Putra, I. K. D., Mahmudi, H., & Kertajadi. (2023). Strategi Dinas Pariwisata Lombok Barat Dalam Mengembangkan Destinasi Wisata di Kabupaten Lombok Barat. *Jimpar Jurnal Penelitian Mahasiswa Pariwisata*, 1(2), 54–62. <https://www.jurnal.fe.unram.ac.id/index.php/jimpar/article/view/895%0Ahttps://www.jurnal.fe.unram.ac.id/index.php/jimpar/article/download/895/432>
- Sasmito, A. (2023). Aspek Signifikan Langgam Kolonial Pada Bangunan Lawang Sewu Di Kota Semarang. *SARGA: Journal of Architecture and Urbanism*, 17(1), 64–71. <https://doi.org/10.56444/sarga.v17i1.413>