



STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KAMPUNG PECINAN DI WILAYAH KELURAHAN KAPASAN, KOTA SURABAYA

Linar Aprillia Vinka Tasya^{*1}, M. Taufiq², Riko Setya Wijaya³

^{1,2,3}Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Jawa Timur

*E-mail: linaraprilialia@gmail.com

ABSTRAK

Wisata Kampung Pecinan merupakan salah satu kampung wisata yang berada di Kelurahan Kapesan, Kota Surabaya. Wisata tersebut timbul akibat adanya kebudayaan yang bersumber dari etnis Tionghoa yang sampai saat ini tetap melestarikan kebudayaannya. Dalam pengenalan Wisata ini diperlukan adanya analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman yang dihadapi oleh daerah wisata tersebut. Analisis yang dilakukan bertujuan untuk membentuk strategi dalam pengembangan daerah wisata sehingga dapat bersaing dengan daerah wisata lain.

Kata Kunci: Kampung Pecinan, Desa Wisata, Strategi, SWOT

CHINATOWN TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY IN THE KAPASAN VILLAGE, SURABAYA CITY

ABSTRACT

Chinatown Village Tourism is one of the tourist villages located in Kapesan Village, Surabaya City. The tourism arose as a result of the culture originating from the Chinese ethnicity, which until now still preserves its culture. In this tourism introduction, it is necessary to have a SWOT analysis to find out the strengths, weaknesses, opportunities, threats faced by the tourist area. The analysis carried out aims to form a strategy in the development of tourist areas so that they can compete with other tourist areas

Keywords: Chinatown Village, Tourism Village, Strategy, SWOT

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan, pada tahun 2021 pemerintah mencatat adanya sekitar 17.000 pulau di Indonesia dimana jumlah keseluruhan pulau tersebut terdapat penambahan pulau – pulau baru, yang nantinya akan didaftarkan di perjumpaan United Nation Group of Expert on Geographical Names (UNGEGN) pada tahun 2022. Pulau – pulau tersebut terbentang dari Sabang sampai Merauke, yang memiliki ciri khas serta pesona yang dapat memikat setiap mata yang memandang. Pesona yang ada membentuk suatu wisata yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung mulai dari masyarakat lokal maupun mancanegara. Dalam sektor wisata saat ini memiliki peranan penting dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat dan salah satu penunjang Produk Domestik Bruto atau biasa dikenal dengan PDB. Terbentuknya pariwisata tak hanya dari alam melainkan juga dapat terjadi akibat alikulturasi kebudayaan. Alikulturasi kebudayaan merupakan percampuran yang terjadi antar kebudayaan sehingga membentuk pariwisata yang memiliki nilai jual seperti halnya yang ada di Kota Surabaya. Surabaya merupakan salah satu kota yang padat penduduk serta memiliki daya tarik sendiri untuk dikunjungi bahkan tidak sedikit masyarakat luar daerah maupun luar negeri beringin untuk menetap di Surabaya, dengan begitu kota Surabaya mempunyai beragam etnis Antara lain etnis Melayu, Cina, India, Arab dan Eropa. Suku bangsa Nusantara, seperti Madura, Sunda, Batak, Kalimantan, Bali, Sulawesi, walau adanya perbedaan ini tak membuat antar etnis satu dengan etnis lain mengasingkan diri melainkan berbaur menjadi satu sehingga antar etnis dapat hidup berdampingan membentuk pluralisme budaya. Etnis tersebut bahkan berusaha mempertahankan dan melestarikan identitas budayanya dalam kapasitas tertentu. sehingga dapat membentuk suatu wisata yang dapat dikunjungi, salah satunya yaitu etnis Tionghoa. Sejarah panjang kehadiran etnis Tionghoa di Surabaya menunjukkan bahwa proses interaksi sosial dan adaptasi masyarakat Tionghoa dan lokal menimbulkan perbedaan antarbudaya antara etnis Tionghoa dengan etnis lain, baik pendatang maupun pribumi. Perkembangan kawasan pecinan di Surabaya dapat dikatakan berkembang dengan pesat sejalan dengan meningkatnya aktivitas ekonomi etnis Tionghoa di



Surabaya. Serti halnya yang terdapat pada Kelurahan Kapasan, dimana memiliki perkampungan yang berisi orang-orang keturunan Tionghoa yang memiliki keunikan budaya dan adat istiadat tersendiri dan berpotensi dalam sektor pariwisata yang diberi nama Wisata Kampung Pecinan, selain itu juga memiliki Klenteng Boen Bio serta Punden yang berada tepan di depan Kantor Kelurahan Kapasan. Dengan adanya hal-hal tersebut membuat budaya dan kebiasaan yang dilakukan menjadi berbeda dari daerah lain dan dapat menjadi ciri khas dari Kelurahan Kapasan yang dapat dikembangkan dan dimanfaatkan menjadi potensi wisata.

METODE

Berdasarkan hasil uraian yang dipaparkan sebelumnya guna mengembangkan potensi wisata yang terdapat pada Kelurahan Kapasan, maka dilakukannya tindakan awalan dengan menggunakan metode *surve* untuk penetapan keadaan yang sebenarnya pada daerah Wisata Kampung Pecinan pada Kelurahan Kapasan dan mengetahui tata letak dalam pengembangan desa wisata, serta segala aktivitas pengembangan wisata tersebut yang dikelola oleh Pokdarwis desa setempat. Dengan hasil pemetaan kemampuan daya saing wisata melalui *surve* tersebut selanjutnya dilakukan analisis lebih lanjut atas strategi yang akan ditempuh melalui program kerja yang akan disusun. Penentuan strategi tersebut melalui analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunities*), *Threats*., dengan analisis tersebut terbentuklah langkah – langkah dalam mengembangkan desa wisata pada Kelurahan Kapasan, Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui pengabdian yang dilakukan dalam rangka ikut memajukan salah satu tempat wisata yang ada pada Kota Surabaya khususnya pada Wisata Kampung Pecinan, tim pengabdian membuat suatu analisis *SWOT* terhadap daerah yang akan dikembangkan, *SWOT* merupakan singkatan dari (*Strength, Weakness, Opportunities*) dimana mempunyai fungsi sebagai perencana dalam menjalankan suatu bisnis maupun proyek dengan mempertimbangkan pengaruh dari dalam dan luar terhadap sesuatu yang dijalankan untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Rahman et al., 2021), tak terkecuali dalam pengembangan desa wisata juga memerlukan analisis *SWOT* yang dapat berfungsi sebagai :

- *Strength* (Kekuatan): untuk mengetahui apa saja kekuatan yang ada dalam wisata tersebut guna menghadapi persaingan antar desa wisata dengan potensi yang sama
- *Weakness* (Kelemahan): untuk mengetahui kelemahan yang ada sehingga dapat diminimalisir
- *Opportunity* (Peluang): untuk mengetahui peluang yang dapat diambil guna meningkatkan pengembangan wisata tersebut
- *Threats* (Ancaman): untuk mengetahui ancaman yang bias terjadi sehingga dapat menyebabkan kemunduran dari aktivitas pengembangan wisata pada wisata Kampung Pecinan yang terletak pada Kelurahan Kapasan

Dengan fungsi tersebut maka terbentuklah analisis *SWOT* antara lain :

<i>Strength</i> (Kekuatan)	➡	1. Keinginan tokoh etnis Tionghoa guna melestarikan kebudayaan. 2. Terdapat Klenteng Boen Bio yang telah berdiri sejak tahun 1883 yang menjadikan salah satu bangunan bersejarah di wilayah Kapasan 3. Kekayaan budaya Tionghoa yang dapat menjadi daya tarik wisata.
<i>Weakness</i> (Kelemahan)	➡	1. Kurangnya pengelolaan pada daerah wisata kapasan seperti halnya belum ada SOP dalam POKDARWIS 2. Kurangnya <i>promotion</i> dan jarang nya unggahan pada <i>platform</i> dalam media sosial 3. Kurangnya sarana dan prasarana seperti peta serta petunjuk arah dikawasan wisata. 4. Kurangnya inovasi masyarakat muda dalam pengembangan potensi wisata

Opportunity
(Peluang)



1. Adanya *support* masyarakat dan organisasi untuk pelestarian lanskap kawasan Pecinan
2. Wilayah Kapasan merupakan wilayah yang selalu ramai karena disini merupakan salah satu kawasan perdagangan yang ada di Surabaya.
3. Telah memiliki lahan untuk wisata dengan didukung nuansa dan bangunan Tionghoa serta banyaknya kedai kuliner yang tersedia.

Threats
(Ancaman)



1. Pesatnya infiltrasi budaya luar dan masyarakat pendatang yang dapat mengikis budaya Tionghoa tradisional dan karakter Pecinan.
2. Banyaknya wisata lain di Surabaya yang menarik.

Setelah melakukan pemetaan dalam analisis SWOT, sehingga dapat diklasifikasikan strategi menurut hasil analisis yang dirumuskan pada matriks berikut :

Tabel.1 Matriks SWOT

Faktor – Faktor Internal Faktor-Faktor Internal	(S) Streght / Kekuatan	(W) Weaknesses / Kelemahan
(O) Opportunities / Peluang	Strategi SO Untuk mengetahui strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk mengambil manfaat dari peluang (O)	Strategi (WO) Untuk mengetahui strategi dalam memanfaatkan peluang (W) untuk mengatasi kelemahan (W)
(T) Threats / Ancaman	Strategi ST Untuk mengetahui strategi dalam memanfaatkan kekuatan (S) untuk menghindari menghindari ancaman (T)	Strategi WT Untuk mengetahui strategi dalam memanfaatkan kelemahan (W) untuk menghindari menghindari ancaman (T)

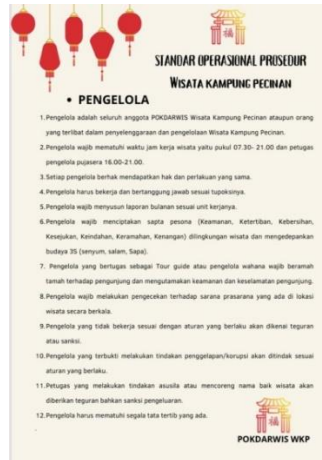
Berdasarkan hasil yang didapat melalui pendalaman tempat wisata yang bersumber dari informan maka diperoleh data, pengamatan, fakta. Sehingga pemetaan tersebut tertuang dalam Tabel.1 yang kemudian diolah dengan matriks atau persilangan guna menentukan strategi dalam upaya pengembangan Wisata Kampung Pecinan. Strategi yang dapat dilakukan dalam bentuk kegiatan antara lain :

- SO: Mempromosikan tempat wisata secara seluas – luasnya dapat melalui cara Membuat *plamfet*, *website wkp*, pembuatan vidio yang kemudian diberikan pada pengurus wisata untuk diupload



Gambar 1.Website Wisata Kampung Pecinan

- WO: Guna menumbuhkan kerja sama dalam pelayanan eksternal sehingga menciptakan situasi kondisi yang kondusif maka diciptakannya SOP yang dimana pengurus wisata turut andil dalam proses pembuatan tersebut



Gambar 2. SOP Bagi Pengelola



Gambar 3. SOP Bagi Pengunjung

- ST: Meningkatkan sarana prasarana penunjang wisata seperti halnya pembuatan peta wisata, pembuatan tiket parkir, brosur melalui bantuan beberapa pihak guna program kerja tersebut terlaksana tetapi terkait satu hal dengan yang lain pemasangan peta tidak dapat dilakukan saat ini melainkan pada tahun 2023. Dengan begitu maka desain yang sudah di buat diberikan kepada pihak pengelola



Gambar 4. Peta Wisata Kampung Pecinan



Gambar 5. Karcis Parkir



Gambar 6. Brosur Tampak Depan



Gambar 7. Brosur tampak Belakang

- WP: Dilakukannya promosi secara efisien seperti halnya melakukan festival maupun bazar sehingga dapat efektif dalam menarik wisatawan untuk berkunjung dalam wisata kampung pecinan



Gambar 8. Pengunjung Festival dan Bazar



Gambar 9. Situasi Festival dan Bazar



Saat dilaksanakan atau diwujudkannya rancangan strategi pada Wisata Kampung Pecinan dalam pengabdian ini diharapkan memperoleh manfaat yang positif sehingga ;

- Meningkatkan daya Tarik masyarakat terhadap potensi yang ada
- Meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi yang di miliki di wilayahnya.
- Sebagai media pemasaran UMKM
- Sebagai media hiburan warga Kelurahan Kapasan.
- Untuk meningkatkan ekosistem dan memprioritaskan pembangunan wisata lokal.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dalam rangka pengabdian pada masyarakat dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan Wisata Kampung Pecinan di Wilayah Kapasan Surabaya antara lain mempromosikan melalui via online maupun offline dengan berbagai cara seperti halnya membuat website, mengadakan kegiatan festival serta bazar pada Wisata Kampung Pecinan, tak hanya mempromosikan wisata tersebut tetapi juga meningkatkan sarana dan prasana yang ada antara lain pembuatan peta wisata, pembuatan karcis, serta pembuatan brosur. Dimana dalam pengembangan Wisata Kampung Pecinan melibatkan pengurus serta masyarakat sekitar wisata tersebut guna membantu terlaksana strategi yang sudah disusun sedemikian rupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, I. Al, Muttaqin, T., & Rahayu, E. M. (2019). Kajian Potensi Dan Strategi Pengembangan Ekowisata Di Hutan Meranti Kabupaten Kotabaru-Kalimantan Selatan. *Journal of Forest Science Avicennia*, 1(2), 40. <https://doi.org/10.22219/avicennia.v1i2.7684>
- Budiman, Q., Mouton, S., Veenhoff, L., & Boersma, A. (2021). 程威特 1 , 吴海涛 1 , 江 帆 2. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(0.1101/2021.02.25.432866), 1–15.
- Delita, F., Yetti, E., & Sidauruk, T. (2017). Analisis Swot Untuk Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pemandian Mual Mata Kecamatan Pematang Bandar Kabupaten Simalungun. *Jurnal Geografi*, 9(1), 41. <https://doi.org/10.24114/jg.v9i1.6037>
- Rahman, I., Amrullah, Z., Sutono, B., Kurniawan, A., Hasanah, B. H., & Elmazani, B. (2021). *Jurnal PEPADU*. 2(2), 149–156.