

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Surabaya merupakan kota metropolitan dan kota terbesar kedua setelah Jakarta. Sebagai kota metropolitan, tentunya Kota Surabaya menjadi *center* atau pusat kegiatan perekonomian di Jawa Timur. Sebagaimana kutipan yang dimuat dalam Liputan6.com yaitu :

"Surabaya ialah salah satu kota di Provinsi Jawa Timur. Kota ini memiliki 31 kecamatan yang terbagi ke dalam lima wilayah, di antaranya Surabaya Barat, Surabaya Selatan, Surabaya Timur, Surabaya Utara, dan Surabaya Pusat. Ibu Kota Provinsi Jawa Timur ini juga disebut sebagai kota metropolitan dan kota terbesar kedua setelah Jakarta. Kota ini merupakan pusat bisnis, perdagangan, industri, dan pendidikan di Jawa Timur."

Sumber :

<https://m.liputan6.com/surabaya/read/4677538/lebih-dekat-dengan-surabaya-kota-metropolitan-terbesar-kedua-di-indonesia>, diakses pada Minggu 06 Februari 2022, 06.13 WIB)

Kota Surabaya juga disebut sebagai Kota Pahlawan. Hal ini terjadi karena pada masa revolusi kemerdekaan Indonesia telah terjadi pertempuran hebat antara rakyat Surabaya dengan tentara penjajah. Sebagai kota pahlawan, Surabaya memiliki beragam warisan budaya yang berwujud kesenian, kearifan lokal serta pesona tempat pariwisata yang unik.

Pariwisata merupakan sektor industri yang memiliki potensi untuk dikembangkan dalam perekonomian suatu wilayah atau daerah. Menurut Basri (2019:58) perkembangan sektor pariwisata yang dilakukan dapat memberikan manfaat multi ganda bagi negara, pemerintah daerah dan masyarakat. Selain

mendatangkan devisa bagi negara dan pendapatan daerah, pengembangan sektor pariwisata ini juga memberikan peningkatan pada aspek perekonomian masyarakat, yaitu dengan membuka maupun memperluas kesempatan kerja serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan menyebutkan pada pasal 1 ayat (3) bahwa Pariwisata merupakan beragam kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang telah disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah.

Menurut *World Travel and Tourism Council* (WTTC) dalam Santoso (2021:71), pariwisata ialah sektor yang penting dalam pertumbuhan ekonomi pada suatu negara. Sektor pariwisata negara Indonesia menyumbang 5,7% dari *Gross Domestic Product* dan menyerap 9,7% dari total lapangan kerja pada tahun 2019. Objek wisata ini berdampak positif untuk daerah-daerah yang menerima kedatangan wisatawan nusantara (lokal) maupun mancanegara. Dengan adanya pembangunan pariwisata, masyarakat yang berjualan di sekitar obyek wisata dapat memperoleh keuntungan yang cukup besar terutama pada hari libur dan para wisatawan juga dapat mengenal lebih dalam tentang kota yang dikunjungi.

Menurut Novitasari (2014) di era globalisasi pada saat ini, kemajuan di bidang pariwisata sangatlah pesat. Pariwisata telah banyak diakui sebagai industri terbesar pada abad ini, dilihat dari beberapa indikator perkembangan dunia, di tahun-tahun yang akan mendatang peranan pariwisata akan semakin meningkat. Peningkatan ini terjadi dikarenakan sektor pariwisata sangatlah penting untuk mendorong pengembangan pada suatu kawasan yang mempunyai potensi wisata.

Sebelum pandemi, sektor pariwisata memiliki peranan yang penting dalam aspek perekonomian di negara Indonesia. Selain sebagai kontributor penerimaan negara dalam bentuk devisa, pembangunan di sektor pariwisata juga mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kesejahteraan masyarakat terbentuk melalui adanya kesempatan kerja yang dapat meningkatkan penghasilan masyarakat sekitar obyek wisata. Dari data Badan Pusat Statistik tahun 2020, kontribusi sektor pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2019 mencapai sebesar 4,7 persen atau naik sebesar 0,2 persen jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebesar 4,5 persen. Hal ini dapat dilihat melalui data berikut ini :

Tabel 1.1
Kontribusi Pariwisata terhadap PDB tahun 2016 – 2019 (%)

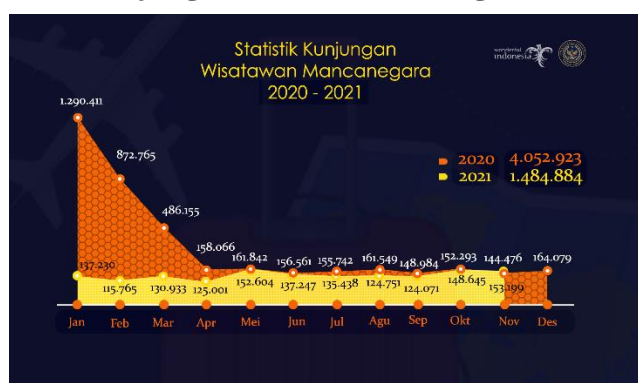
Tahun	2016	2017	2018	2019
Kontribusi	4,13	4,11	4,5	4,7

Sumber : BPS, 2020

Namun pada tahun 2020, Indonesia digemparkan dengan munculnya pandemi *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19), yang menyebabkan adanya kebijakan pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kebijakan ini dimulai pada 24 April 2020 yang mengharuskan pemerintah untuk melakukan penutupan obyek pariwisata, sehingga para pelaku usaha di sektor pariwisata harus melakukan berbagai cara untuk bertahan hidup. Sesuai bunyi pada pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar dalam Rangka Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19), dijelaskan bahwa PSBB merupakan pembatasan kegiatan tertentu pada penduduk

suatu wilayah atau daerah yang diduga telah terinfeksi COVID-19 dalam rangka mencegah kemungkinan adanya penyebaran COVID-19 yang lebih luas.

Gambar 1.1
Statistik Kunjungan Wisata Mancanegara 2020 – 2021



Sumber : <https://kemenparekraf.go.id/statistik-wisatawan-mancanegara> (diakses pada Jumat, 28 Januari 2021, 10.42 WIB).

Dalam data yang dimuat oleh media online kemenparekraf.go.id, dapat dilihat bahwa kunjungan wisata mancanegara atau wisman di Indonesia pada tahun 2020 melalui seluruh pintu masuk mengalami penurunan. Namun jika dilihat lebih detail, pada tahun 2021 kunjungan wisata mancanegara di Indonesia sudah mulai terjadi peningkatan secara perlahan. Hal ini terjadi karena Indonesia sudah berada dalam masa pemulihan, dimana segala aktivitas masyarakat kembali berjalan normal dengan memperhatikan protokol kesehatan.

Dengan kondisi tersebut, pemerintah mulai merancang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2020-2024. Dalam RPJMN terdapat 7 (tujuh) program prioritas nasional yaitu ketahanan ekonomi, pengembangan wilayah, SDM berkualitas dan berdaya saing, revolusi mental dan pembangunan kebudayaan, penguatan infrastruktur, pembangunan lingkungan hidup, serta stabilitas politik hukum dan transformasi pada publik. Salah satu

prioritas nasional dalam RPJMN yaitu memperkuat ketahanan ekonomi untuk pertumbuhan yang berkualitas dan berkeadilan. Kebijakan pembangunan ekonomi mengarah pada penguatan ketahanan ekonomi di tengah kondisi ekonomi global yang berjalan lambat sebagai dampak pandemi COVID-19 dan salah satu pelaksanaannya melalui pemulihan sektor pariwisata. Hal ini juga dilakukan Pemerintah Kota Surabaya sebagaimana tertulis dalam Peraturan Walikota Surabaya Nomor 40 Tahun 2021 tentang Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) Kota Surabaya tahun anggaran 2022.

Tabel 1.2
Keselarasan Prioritas Pembangunan Daerah Kota Surabaya dengan
Prioritas Pembangunan Nasional Tahun 2022

Prioritas Pembangunan Nasional	Prioritas Pembangunan Kota Surabaya
Memperkuat ketahanan ekonomi untuk pertumbuhan berkualitas dan berkeadilan	Pemulihan ekonomi lokal melalui pengembangan inovasi produk, jasa, industri kreatif dan pariwisata
Mengembangkan wilayah untuk mengurangi kesenjangan dan menjamin pemerataan	Penataan ruang, infrastruktur dan utilitas kota yang terpadu dan memperhatikan daya dukung kota
Meningkatkan Sumber Daya Manusia yang berkualitas dan berdaya saing	Peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia melalui penguatan sistem Pendidikan dan Kesehatan serta penanganan masalah kesejahteraan sosial
Revolusi mental dan pembangunan kebudayaan	Penguatan nilai-nilai budaya lokal dalam sendi-sendi kehidupan masyarakat
Memperkuat infrastruktur untuk mendukung pengembangan ekonomi dan pelayanan dasar	Peningkatan ketahanan pangan
Membangun lingkungan hidup, meningkatkan ketahanan bencana dan perubahan iklim	Peningkatan kualitas lingkungan hidup dan penguatan sistem ketahanan bencana
Memperkuat stabilitas politik, hukum, pertahanan, keamanan dan transformasi pelayanan publik	Peningkatan keamanan, ketertiban umum dan kualitas pelayanan publik

Sumber : Peraturan Walikota Surabaya Nomor 40 Tahun 2021

Dengan RKPD tersebut, pemerintah Kota Surabaya terus berupaya untuk meningkatkan daya tarik obyek-obyek wisata sehingga mampu mendongkrak jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Surabaya. Berikut merupakan tabel mengenai jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara ke Kota Surabaya pada tahun 2017 hingga Triwulan II (April-Juni) 2021.

Tabel 1.3
Jumlah Kunjungan Wisata Mancanegara dan Nusantara ke Kota Surabaya
Tahun 2017 - Triwulan II 2021

No	Uraian	2017	2018	2019	2020	2021
1.	Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara	1.569.130	1.728.194	1.901.671	319.082	18.080
2.	Jumlah kunjungan wisatawan nusantara	22.713.892	27.575.125	26.925.489	10.362.236	1.839.081
Jumlah		24.283.022	29.283.022	28.827.160	10.681.318	1.852.161

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata 2021 dalam Peraturan Walikota Surabaya Nomor 40 Tahun 2021

Dapat dilihat pada tabel diatas bahwa tahun 2017 kunjungan wisatawan ke Kota Surabaya sebanyak 24.283.022 wisatawan dengan perincian jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 1.569.130 wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara sebanyak 22.713.892 wisatawan. Pada tahun 2018, kunjungan wisatawan ke Kota Surabaya sebanyak 29.283.022 wisatawan dengan perincian jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 1.728.194 wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara sebanyak 27.575.125 wisatawan. Sedangkan pada tahun 2019, kunjungan wisatawan ke Kota Surabaya sebanyak 28.827.160 wisatawan dengan perincian jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 1.901.671 wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara sebanyak 26.925.489 wisatawan. Kemudian pada tahun 2020,

adanya pandemi virus COVID-19, membuat kunjungan wisatawan ke kota Surabaya menurun drastis menjadi sebanyak 10.681.318 kunjungan saja, dengan perincian jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 319.082 dan wisatawan nusantara sebanyak 10.362.236 kunjungan. Sedangkan sampai Triwulan II tahun 2021, kunjungan wisatawan ke kota Surabaya sebanyak 1.852.161 wisatawan dengan perincian jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 18.080 wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara sebanyak 1.834.081 wisatawan.

Dengan adanya kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun domestik diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi perkembangan perekonomian kota Surabaya dan kesejahteraan masyarakat. Salah satu upaya pemerintah Kota Surabaya dalam meningkatkan wisatawan di kota Surabaya melalui Desa atau Kampung Wisata. Desa atau Kampung Wisata ialah salah satu program unggulan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) untuk memulihkan pariwisata di tengah pandemi COVID-19 yang diharapkan mampu menjadi salah satu penopang kebangkitan ekonomi nasional pasca pandemi, sebagaimana kutipan yang dimuat dalam [kemenparekraf.go.id](https://www.kemenparekraf.go.id) yaitu :

“Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terus mengakselerasi beberapa program untuk membangkitkan kembali sektor pariwisata dan ekonomi kreatif salah satunya melalui desa wisata.”

(<https://www.kemenparekraf.go.id/berita/Siaran-Pers-%3A-Kemenparekraf-Fokus-Kembangkan-Desa-Wisata-dan-Kompetensi-SDM-di-Rakornas-Parekraf-2021>, diakses pada Senin, 31 Januari 2022, 13.00 WIB).

Saat ini kampung-kampung wisata terus bermunculan di Surabaya. Menurut Bapak Eri Cahyadi selaku Walikota Surabaya mengatakan bahwa Kota Surabaya menjadi besar karena kehebatan dari kampung. Maka dari itu, Kota Surabaya

sebagai kota metropolitan tidak boleh melupakan sejarah kampung. Kita memiliki tugas untuk mengubah bagaimana caranya agar kampung tersebut memiliki ciri khas, sebagaimana kutipan yang dimuat antaranews.com yaitu :

“Wali Kota Surabaya Eri Cahyadi menginginkan setiap kampung di Kota Pahlawan, Jawa Timur, memiliki ciri khas destinasi wisata sehingga diharapkan mampu mengangkat perekonomian warga lokal. "Karena Surabaya ini hebatnya dari kampung. Makanya Surabaya menjadi besar, menjadi kota metropolitan tidak boleh melupakan sejarah kampung. Maka tugas kita adalah bagaimana kampung-kampung itu memiliki ciri khas-ciri khas" ujar Wali Kota Eri Cahyadi...”

(<https://www.google.com/amp/s/m.antaranews.com/amp/berita/2690437/wali-kota-ingin-kampung-di-surabaya-miliki-ciri-khas-destinasi-wisata?espv=1>, diakses pada Selasa, 29 Maret 2022, 08.42 WIB).

Hal ini sesuai dengan Visi Misi Bapak Eri Cahyadi yaitu Surabaya berbudaya dan berkarakter yang terdapat 4 indikator yaitu revitalisasi fasilitas seni-budaya dan olahraga menjadi berkelas dunia; tingkatkan intensif dan fasilitas BPJS pelaku seni budaya; pengembangan wisata sejarah, wisata kota dan MICE (*Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions*) berbasis pemberdayaan warga; serta tingkatkan pembinaan atlet dan olahraga usia muda. Saat ini banyak kampung wisata yang muncul sebelum maupun setelah pandemi Covid-19. Lokasinya tersebar di seluruh wilayah. Menurut Bapak Sabar Swastono selaku Koordinator Bidang Pengembangan Kampung dan Desa Kelompok Sadar Wisata terdapat 30 Kampung di Surabaya yang berpotensi mendatangkan turis. Setidaknya ada beberapa kampung yang menonjol atau unggul di bidang pariwisata salah satunya yaitu Kampung Lawas Maspati yang berada di kawasan Bubutan, sebagaimana kutipan yang dimuat dalam JawaPos.com yaitu :

“Koordinator Bidang Pengembangan Kampung dan Desa Pokdarwis Provinsi Jatim Sabar Swastono menjelaskan bahwa pendataan kampung wisata sudah dilakukan. Ada 30 kampung di Surabaya yang berpotensi

mendatangkan turis. "Kami berkomitmen mengembangkannya," kata Sabar. Dari catatan Jawa Pos, setidaknya ada beberapa kampung yang menonjol di bidang pariwisata. Misalnya, Kampung Lawas Maspati, Wisata Kampung Pecinan (WKP), Kampung Sontoh Laut, dan Kampung Warnawarni. Pengunjung ke lokasi wisata alternatif di wilayah Utara itu kian bertambah."

(<https://www.jawapos.com/surabaya/28/12/2021/kampung-kampung-wisata-bermunculan-di-kota-surabaya>, diakses pada Sabtu, 29 Januari 2022, 15.44 WIB).

Dalam Novira & Satiawan (2020:190) tertulis bahwa Kawasan Bubutan membuktikan bahwa Surabaya tertata rapi semenjak dulu kala dan dijuluki "*Amsterdam from the East*". Sisa kerajaan tersebut masih ada hingga saat ini. Salah satunya ialah Kampung Kraton atau yang biasa disebut Kampung Lawas Maspati yang di apit oleh Jl. Kramatgantung dan Jl. Pahlawan. Kampung Lawas Maspati, ialah salah satu dari beberapa kawasan yang dinyatakan Bangunan Cagar Budaya (BCB) oleh Dinas Pariwisata Kota Surabaya sejak tahun 2015. Bangunan bersejarahnya antara lain rumah bekas kediaman Raden Sumomiharjo (keturunan Keraton Solo yang menjadi mantri kesehatan di kampung). Selanjutnya, ada Sekolah Ongko Loro yang merupakan bekas sekolah rakyat, ada pula rumah era 1907, yaitu bangunan yang dulunya digunakan oleh para pemuda Surabaya untuk menyusun strategi peperangan 10 November 1945. Ada bangunan bekas pabrik roti milik Haji Iskak yang menjadi dapur umum saat pertempuran bersejarah pada 10 November 1945. Dengan lantai antik dan detail unik, bangunan itu sejak 1958 hingga kini beralih fungsi menjadi Losmen Astri. Sampai kini, bangunan-bangunan tersebut masih berdiri dengan kokohnya.

Kampung Lawas Maspati Surabaya sukses menjadi kampung binaan PT. Pelabuhan Indonesia (Pelindo) III yang diapresiasi banyak pihak dalam rapat kerja

Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Kementerian BUMN yang diikuti oleh setidaknya 114 BUMN pada tanggal 17-18 November 2016 di Kendari. Kampung Lawas Maspati telah menunjukkan hasil yang baik pada tahun 2016, dengan memperoleh penghargaan juara I kategori keramahan dalam *Surabaya Tourism Destination Award (STDA) 2016* yang diselenggarakan oleh Universitas Ciputra. Kampung ini juga mendapatkan sejumlah prestasi mulai dari Juara Green and Clean 2015 kategori pemula, berkembang dan maju. Selain itu, juga terdapat Juara Yel-Yel tingkat Surabaya, Juara Musik Patrol Tingkat Surabaya, Juara Merdeka, *Earth Hour Surabaya Atropologi Exploration of Surabaya Kampung*, Juara *Green and Clean* Kategori *The Best*, Juara Super Lantas, Juara *Safety Riding*, Juara Kampung Ramah dan Siaga serta penghargaan dari berbagai perguruan tinggi seperti *Institute of Technology 10 November (ITS) Surabaya*, Universitas Petra, Universitas Airlangga Surabaya dan Universitas Hang Tuah. Pada Agustus 2018, kampung ini menjadi wakil Jawa Timur dalam bidang pemanfaatan toga dan akupresur.

Pada Januari lalu, Eri Cahyadi bersama Menteri BUMN Erick Thohir berkunjung ke Kampung Lawas Maspati. Pada kunjungan tersebut, Erick menyatakan bahwa ia mendukung penuh tujuan Eri dalam menggerakkan perekonomian dan pariwisata di Kampung Lawas Maspati. Menurut Erick, Kampung Lawas Maspati memiliki nilai budaya dan sejarah bangsa Indonesia. Sebagaimana yang dikutip dalam Kompas.com yaitu :

“...Erick menyatakan mendukung penuh tujuan Eri menggerakkan perekonomian dan pariwisata di Kampung Lawas Maspati. Menurut Erick, Kampung Lawas Maspati memiliki nilai budaya dan sejarah bangsa Indonesia. "Pak Wali tadi bicara, fasilitas kampung ini harus ditingkatkan.

Kalau kita lihat tadi, saya sepakat karena budaya adalah pondasi bangsa kita, bangsa yang memahami budayanya dan mengingat sejarahnya..." (<https://surabaya.kompas.com/read/2022/01/03/074952878/erick-thohir-dukung-pengembangan-pariwisata-kampung-lawas-maspati-surabaya?page=all>, diakses pada Selasa 29 Maret 2022, 08.47 WIB).

Kampung Lawas Maspati berada pada pusat kota yang termasuk dalam kawasan dengan nilai ekonomi tinggi dan strategis, karena lokasi kampung ini berdekatan dengan pusat perbelanjaan seperti pasar Turi, stasiun Pasar Turi dan Pusat Grosir Surabaya. Kondisi seperti ini akan memberikan tekanan atau ancaman tersendiri pada kampung yang tidak dapat bersaing dengan kompetisi pasar. Beberapa kampung di Surabaya seperti Kampung Lemah Putro, Kampung Tunjungan, Kampung Plemahan, dan Kampung Tambak Bayan tergerus sedikit demi sedikit akibat perluasan pusat perbelanjaan dan perhotelan. Dalam majalah *dermaga* milik Pelindo III bapak Sabar Swastono Ketua RW 6 selaku penggerak masyarakat Kampung Lawas Maspati mengatakan bahwa untuk membina kampung dengan pengelolaan wisata sejarah yang berada di tengah kota sangat sulit karena tantangannya sangat banyak. Menurut Lianti & Suhanadji (2019) kegiatan ekonomi pada Kampung Lawas Maspati bisa dikatakan cukup baik, terlihat dari banyaknya varian wirausaha yang tumbuh dan berkembang di masyarakat melalui *Home Industry*.

Dalam observasi, peneliti menemukan bahwa sebanyak 37% Penduduk di Kampung Lawas Maspati ialah bermata pencaharian sebagai wirausaha. Masyarakat di Kampung Lawas Maspati bekerja sebagai wirausaha dikarenakan wilayah tempat tinggal merupakan kawasan pusat perbelanjaan dan Kampung Lawas Maspati sebagai obyek wisata. Hal ini dapat dilihat melalui data berikut :

Tabel 1.4
Jumlah Penduduk Kampung Lawas Maspati yang Bermata Pencaharian sebagai Wirausaha

No	Wilayah	Jumlah Kepala Keluarga	Jumlah Wirausaha
1.	RT 01	20	10
2.	RT 02	50	7
3.	RT 03	65	11
4.	RT 04	62	62
5.	RT 05	70	9

Sumber : Kampung Lawas Maspati, 2022

Menurut Noviyanti (2018) masyarakat setempat ialah faktor penting dalam pelaksanaan program industri pariwisata karena masyarakat memiliki peranan utama dalam melayani dan memperlakukan wisatawan selama berada di Kampung Lawas Maspati. Aktivitas yang dilakukan masyarakat Kampung Lawas Maspati paling banyak ialah sebagai pengelola Kampung Lawas Maspati, penjual oleh-oleh dan makanan, juru parkir serta sebagai pemandu wisata. Dibalik profil kampung yang unggul dan memiliki berbagai penghargaan, ternyata kampung ini juga mengalami dampak akibat pandemi yaitu pengunjung pada kampung ini mengalami penurunan.

Tabel 1.5
Jumlah Wisatawan Kampung Lawas Maspati 2018 - Januari 2022

No	Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara
1.	2018	230	1.185
2.	2019	228	1.197
3.	2020	78	519
4.	2021	-	-
5.	Jan 2022	-	132
6.	Feb 2022	-	-

Sumber : Kampung Lawas Maspati, 2022

Pada data diatas dapat dilihat, bahwa penurunan wisatawan yang terjadi awal pandemi tahun 2020 sangatlah drastis. Pada tahun 2021, Kampung ini tidak

melakukan pendataan dikarenakan adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Masih terdapat beberapa pengunjung yang berdatangan, namun jumlahnya tidak banyak. Dalam wawancara peneliti dengan Bu Sari dan Mbak Fenny pada tanggal 10 Februari 2021, setelah keadaan berangsur membaik kampung ini mulai beroperasi kembali pada 28 Juli 2021 dengan melakukan kegiatan pemulihan Kampung untuk mengembangkan wisata. Pemulihan wisata Kampung ini dilakukan dengan berbagai kegiatan, diawali dengan dilakukannya kegiatan renovasi gapura, pembuatan pernak pernik daur ulang, diadakannya Bubutan *heritage* yaitu *tour* jelajah wisata kampung Surabaya menggunakan kereta kelinci yang dimulai pada 8 Agustus 2021, Gebyar Kuliner Pengger Embong setiap Sabtu malam dan Minggu pagi di depan Kampung Lawas Maspati, Lorong cuan sebagai sentra UKM RT 03, Kafe kampung, diadakan KLAMIS (Kampung Lawas Maspati menuju Kampung Inggris) yaitu latihan menjadi pemandu wisata untuk anak anak, warung Kampung Nyantai yaitu kegiatan ngopi dan berdiskusi bersama warga Kampung Lawas Maspati. Namun dapat dilihat pada tabel diatas dibandingkan pada awal pandemi tahun 2020, pada masa pemulihan tahun 2022 belum banyak wisatawan yang berkunjung. Hal ini berdampak pada penghasilan masyarakat Kampung Lawas Maspati, dimana sebesar 37% penduduk kampung ini adalah wirausaha. Pada data tabel 1.4 diatas juga dapat dilihat bahwa warga RT 04 keseluruhan bermata pencaharian sebagai wirausaha. Sebagaimana yang disampaikan ibu Sari selaku pemandu wisata serta pemilik usaha es bubur kacang ijo :

“..kehadiran wisatawan sangat berpengaruh terhadap omzet penjualan. Pada saat sebelum pandemi rata-rata pendapatan sehari mencapai 150.000, jadi

sehari memperoleh keuntungan 30.000. Saat ini rata-rata penghasilan sehari kisaran 50.000 hingga 75.000, jadi turunnya sangat drastis. Kegiatan kuliner setiap sabtu malam dan minggu pagi juga masih belum stabil..”

Sumber : Wawancara, 03 Februari 2022

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Noviyanti (2018) mengenai potensi pengembangan Kampung Wisata Lawas Maspati sebagai destinasi wisata baru Surabaya dilakukan dengan pendekatan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang paling sesuai untuk mengembangkan wisata di Kampung Lawas Maspati adalah strategi menanggulangi kelemahan (*weakness*) dan memanfaatkan peluang (*opportunity*) dengan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mendukung promosi Kampung Lawas Maspati sebagai destinasi baru Surabaya. Sementara itu untuk mengatasi kelemahan yaitu menggunakan pendapatan yang masuk dari wisatawan dan bantuan dari pemerintah untuk sosialisasi dan pelatihan tentang pengelolaan destinasi wisata secara profesional dengan mengedepankan pelayanan prima serta melakukan pelatihan bahasa asing kepada masyarakat dan pelatihan menjadi pemandu wisata yang baik.

Hampir keseluruhan strategi tersebut sudah dilakukan. Saat ini Kampung Lawas Maspati sudah memiliki akun instagram @kampunglawas dengan jumlah pengikut mencapai 2.185, tidak jarang juga terlihat postingan pada akun yang menunjukkan keunggulan kampung sebagai ajang promosi. Menurut Lianti & Suhanadji (2019) sebelum nama Kampung Lawas Maspati ini diresmikan sebagai sebuah destinasi wisata, PELINDO III sudah terlibat dengan pengembangan kemandirian perekonomian warga Kampung Lawas Maspati dari tahun 2014. PELINDO III bukan hanya memberikan bantuan berupa pelestarian bangunan fisik saja seperti pemugaran makam dari pelopor berdirinya Kampung Lawas ini,

PELINDO III juga mendirikan ruang serba guna di tengah Kampung Lawas untuk mendukung kegiatan produktif warga serta memberikan dana untuk pelatihan bahasa Inggris dan Pelatihan Pramuwisata guna menunjang *life skill* warga supaya mampu memberikan penjelasan dan petunjuk tentang obyek wisata ketika ada turis. Namun terdapat satu poin yang tidak bisa terlaksana yaitu menggunakan pendapatan yang masuk dari wisatawan untuk mengatasi kelemahan. Pada kondisi saat ini, pendapatan Kampung Lawas Maspati tidak berjalan baik seperti sebelumnya.

Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat pada kondisi pemulihan saat ini sehingga wisata ini dapat diminati kembali. Menurut Pamularsih (2021) dalam melakukan pengembangan wisata di suatu tempat diperlukan strategi pengembangan yang sesuai dengan potensi wisata yang ada dan kebutuhan agar mampu mendapatkan hasil yang maksimal. Sehingga dalam penelitian ini ingin mengetahui strategi pengembangan wisata Kampung Lawas Maspati yang akan dianalisis menggunakan pendekatan SOAR menurut Stavros & Hinrich. Analisis SOAR menurut Stavros & Hinrich merupakan sebuah alternatif terhadap analisis SWOT. SOAR adalah strategi bisnis yang berasaskan pada hal-hal positif yang telah dimiliki oleh sebuah usaha untuk dikembangkan dan dijadikan kelebihan utama Analisis ini memiliki beberapa indikator yaitu *Strength* (kekuatan), *Opportunities* (peluang), *Aspirations* (aspirasi) dan *Results* (hasil). Kerangka kerja SOAR berfokus pada perumusan dan pelaksanaan strategi positif dengan mengidentifikasi kekuatan, membangun kreativitas dalam bentuk peluang, mendorong stakeholder untuk berbagi aspirasi

dan menentukan ukuran dan hasil yang berarti, sehingga dapat ditemukan strategi pengembangan yang tepat. Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka peneliti menetapkan judul **“Analisis SOAR dalam Strategi Pengembangan Wisata Kampung Lawas Maspati Kota Surabaya”**.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana analisis SOAR dalam strategi pengembangan wisata Kampung Lawas Maspati Kota Surabaya?”.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi pengembangan wisata yang tepat pada Kampung Lawas Maspati Kota Surabaya menggunakan analisis SOAR.

1.3 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah konsep atau wawasan mengenai analisis SOAR dan dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian yang sejenisnya.

1.4.2 Secara Praktis

Adapun penelitian ini diharapkan memiliki manfaat baik secara akademis maupun praktis. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

a. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti dalam mengkaji pengetahuan dan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan serta sebagai

syarat memperoleh gelar Sarjana pada program studi Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

b. Bagi Kampung Lawas Maspati

Dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan, pertimbangan serta pengetahuan dalam menentukan strategi pengembangan wisata Kampung Lawas Maspati Kota Surabaya.

c. Bagi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Untuk menambah sumber referensi dan literatur pada perpustakaan, yang dapat digunakan sebagai bahan kajian untuk penelitian di masa mendatang serta menambah wawasan baru bagi mahasiswa khususnya pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di UPN “Veteran” Jawa Timur.