

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Suatu negara memiliki kewajiban untuk memenuhi kebutuhan dan kepentingan warga negaranya. Kewajiban tersebut tidak lagi menjadi tanggung jawab pemerintah melainkan juga hasil dari interaksi masyarakat, dan sektor swasta melalui prinsip *governance*. *Governance* dijalankan oleh beragam aktor organisasi dengan hubungan yang lebih adaptif, baik di tingkat vertikal maupun horizontal, dan dimotivasi oleh nilai-nilai publik seperti kreativitas, daya tanggap, dan legitimasi (Hudiya et al., 2021). *Governance* mengalami perubahan yang berkaitan dengan meningkatnya kompleksitas kebutuhan publik dan partisipasi berbagai aktor non-pemerintah. Maka itu muncul prinsip *New Public Governance*.

New Public Governance didefinisikan sebagai serangkaian kebijakan, langkah-langkah, dan alat reformasi yang relatif selaras yang bergantung pada ide, nilai, dan asumsi tentang kolaborasi sebagai sarana untuk menciptakan nilai publik, misalnya melalui tata kelola jaringan, keterlibatan pemangku kepentingan, pengambilan keputusan yang dinegosiasikan, pengaturan kekuasaan bersama, kewenangan yang dilimpahkan dan didesentralisasi, mobilisasi sumber daya, pengelolaan saling ketergantungan antar-organisasi menurut Osborne, Torfing dalam (Krogh & Triantafillou, 2024). *New Public Governance* lebih menekankan pada keterlibatan, dan kolaborasi antar pemangku kepentingan. Meskipun konsep *New Public Governance* (NPG) awalnya banyak dibahas dalam konteks pelayanan publik seperti administrasi kependudukan dan layanan sosial, prinsip-prinsip *New*

Public Governance relevan, dan dapat diterapkan pada sektor pengembangan pariwisata.

Peningkatan jumlah penduduk berdampak pada meningkatnya kebutuhan konsumsi, termasuk kebutuhan hiburan melalui pariwisata. Pariwisata tidak hanya dipandang sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga fenomena sosial yang melibatkan perpindahann manusia pada lintas wilayah. Organisasi Pariwisata Dunia dalam (Nurwati et al., 2020) mendefinisikan pariwisata sebagai jenis perjalanan apa pun yang dilakukan untuk bersenang-senang atau liburan, serta perencanaan yang menyertainya. Mayoritas wisatawan bepergian untuk menemukan dan mempelajari budaya khas daerah tujuan mereka (Renold et al., 2020). Hal ini menegaskan bahwa pariwisata tidak hanya bersifat rekreatif, tetapi juga memiliki dimensi edukatif. Keragaman minat dan motivasi wisatawan melahirkan berbagai bentuk pariwisata yang berkembang sesuai dengan karakteristik dan potensi suatu daerah. Wisata sejarah, wisata pendidikan, wisata budaya, wisata religi, wisata ziarah, wisata ekologi, wisata olahraga, dan wisata ekstrem merupakan beberapa bentuk pariwisata untui tujuan perjalanan wisatawan (Rasulov et al., 2022).

Keragaman objek wisata menunjukkan bahwa perjalanan pariwisata bukan sekadar aktivitas yang melepas penat, melainkan juga sarana pembelajaran yang membantu pengunjung mengenali, menghargai, dan melestarikan sejarah serta budaya lokal. Oleh karena itu, muncul wisata *heritage*, sebuah jenis perjalanan yang menekankan warisan budaya dan sejarah. Pariwisata *heritage* mengalami kemajuan yang pesat seiring peningkatan minat wisatawan terhadap destinasi yang memiliki nilai *heritage*. *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) pada tahun

2005, mengamati bahwa salah satu kegiatan pariwisata dengan tingkat pertumbuhan tercepat adalah mengunjungi situs-situs yang memiliki signifikansi budaya dan sejarah yang masuk dalam konsep pariwisata *heritage* (Putra et al., 2020).

Konsep *heritage* didasarkan pada arsitektur, monumen bersejarah, dan nilai-nilai warisan yang telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. *Heritage* dianggap sebagai salah satu elemen pariwisata yang paling penting dan paling pesat perkembangannya (Firdausi, 2024). Pentingnya pendekatan berbasis masyarakat terhadap pengembangan pariwisata *heritage* telah ditegaskan oleh studi terkini, yang mengakui penduduk setempat sebagai pelaku penting dan bukan sebagai penerima manfaat pasif menurut Blackstock dalam (Madania et al., 2025). Kondisi tersebut menunjukkan perlunya pendekatan mendalam untuk memperkuat keterlibatan pemangku kepentingan baik pemerintah, non-pemerintah dan masyarakat setempat yang memiliki keterkaitan erat dengan konsep *co-creation*. Konsep ini awalnya berkembang dalam industri bisnis menurut Prahalad & Ramaswamy (2004), *co-creation* adalah penciptaan nilai bersama oleh perusahaan dan pelanggan, memungkinkan keduanya membentuk pengalaman dan hasil melalui partisipasi aktif kemudian diadopsi dalam kajian administrasi publik. *Co-creation* adalah proses di mana dua atau lebih pelaku sektor publik dan swasta bekerja sama dengan sukarela, adil, dan saling timbal balik untuk menemukan masalah dan kesulitan bersama, mengembangkan solusi baru, dan menerapkannya (Bentzen et al., 2020; Nabatchi, 2017; Torfing et al., 2016). Sedangkan dalam konteks pariwisata warisan *co-creation* adalah upaya memperkuat memori kolektif

masyarakat berperan penting dalam mencegah terjadinya penurunan nilai, kerusakan, hingga hilangnya situs-situs warisan budaya minoritas secara bertahap (Torre & Christodoulou, 2021). Konsep tersebut kemudian berkembang menjadi *value co-creation*.

Value co-creation dalam pariwisata *heritage* adalah proses pengalaman yang terbentuk melalui keterlibatan aktif pengunjung pada destinasi bersejarah, di mana nilai tercipta dari interaksi antara wisatawan dengan pihak pengelola. Melalui interaksi tersebut, pengunjung tidak hanya menerima layanan, tetapi turut berperan dalam menghasilkan nilai tambah serta menciptakan pengalaman wisata yang bermakna dan berkesan menurut (Minkiewicz et al., 2014; Prahalad & Ramaswamy, 2004). Dengan demikian, konsep *value co-creation* dalam sektor pariwisata berbasis *heritage* dapat diterapkan dengan menekankan keterlibatan berbagai pemangku kepentingan dalam proses penciptaan nilai bersama. Penelitian yang dilakukan oleh Tsai & Chiu (2023) memberikan kontribusi penting terhadap kajian pariwisata berbasis *heritage* dengan menggunakan pendekatan *value co-creation* dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan yang berfokus pada *partnership* di Taiwan. Dengan demikian, konsep *value co-creation* dapat diterapkan diterapkan pada negara Indonesia dengan melihat dari semua sisi pemangku kepentingan untuk menciptakan *value co-creation*.

Sebagai negara dengan situs warisan dunia yang terbanyak di Asia Tenggara dan telah diakui oleh UNESCO. Indonesia memiliki beberapa objek wisata penting dunia menurut Alistair Speirs, dalam (Kompas, 2010). Negara Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki banyak keragaman potensi wisata.

Indonesia memiliki banyak destinasi eksotis, mulai dari wisata berbasis alam, keragaman budaya, dan cerita sejarah serta didukung oleh keragaman ratusan suku dari Sabang hingga Merauke (Rahma, 2020). Dari sudut pandang wisatawan mancanegara, keragaman bentuk pariwisata Indonesia merupakan daya tarik yang besar. Negara Indonesia yang memiliki kekayaan sejarah yang menjadikan negara ini berpotensi untuk mengembangkan pariwisata berbasis *heritage*. Pariwisata berbasis *heritage*, memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan pendapatan devisa negara. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang telah diolah oleh GoodStats (2024) kontribusi sektor pariwisata terhadap devisa Indonesia menunjukkan tren yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir.



Gambar 1.1 Jumlah Devisa Pariwisata Indonesia Tahun 2019-2024

Sumber : (GoodStats, 2024)

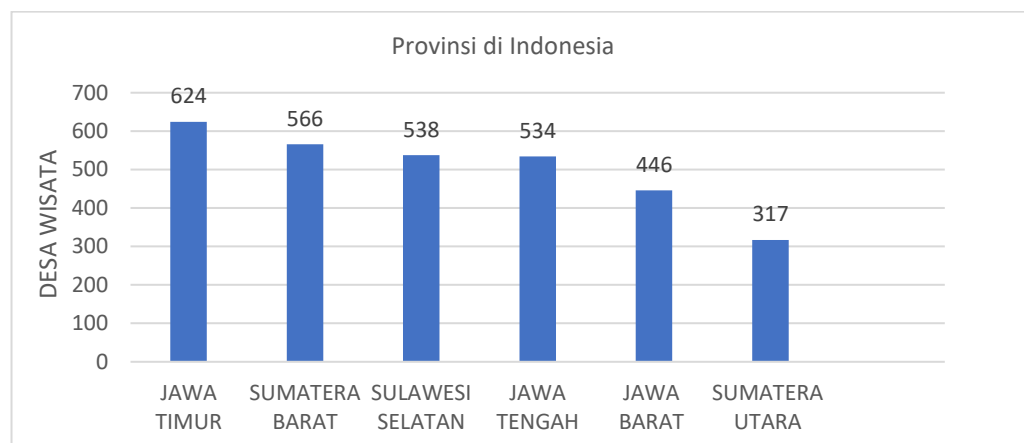
Berdasarkan gambar grafik devisa pariwisata Indonesia, sektor pariwisata berkontribusi signifikan terhadap perekonomian, terlihat dari devisa yang pada 2019 mencapai 16,91 miliar USD meskipun sempat anjlok akibat pandemi COVID-19. Namun sejak 2022–2024 tren pemulihan devisa mulai meningkat. Pemerintah

Indonesia terus mendukung pertumbuhan industri pariwisata sebagai katalis bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah mengaturnya dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. Undang-undang ini mengatur prinsip, tujuan, serta hak dan kewajiban seluruh pihak yang terlibat, baik pemerintah, masyarakat, maupun pelaku usaha. Pelibatan para pemangku kepentingan menjadi faktor penting dalam upaya memaksimalkan potensi pariwisata di setiap daerah di Indonesia. Salah satunya dengan memanfaatkan potensi lokal tiap daerah dengan membentuk Desa Wisata.

Desa wisata (Kampung, Nagari, Gampong, atau sebutan lainnya) adalah kawasan yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di perdesaan dengan segala potensinya dan secara tidak langsung dapat memotiasi desa-desa wisata lain untuk berkembang (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021). Desa wisata sendiri menggabungkan akomodasi, objek wisata, dan layanan tambahan dengan cara yang konsisten dengan adat istiadat dan praktik setempat dengan menyajikan struktur kehidupan masyarakat (Vandayani & Widiyarta, 2022). Keberadaan desa wisata dapat berdampak pada kehidupan masyarakat dalam segi perokonomian dengan mengenalkan keunikan lokal dari desa itu sendiri. Selaras dengan pernyataan sebelumnya (Wijayanti & Purwoko, 2022) berpendapat bahwa landasan bagi berdirinya desa wisata adalah dari, oleh, dan untuk penduduk itu sendiri.

Pengembangan desa wisata tidak hanya berperan sebagai strategi pemerintah dalam memperluas sektor pariwisata, tetapi juga sebagai upaya

pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berharap dapat terus mengembangkan desa wisata dengan mempromosikan, mengapresiasi, dan membinanya melalui ADWI (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021). Hal tersebut menunjukkan bahwa pemerintah memiliki tujuan untuk mendorong perkembangan desa wisata di seluruh Indonesia dengan memberikan apresiasi penuh.

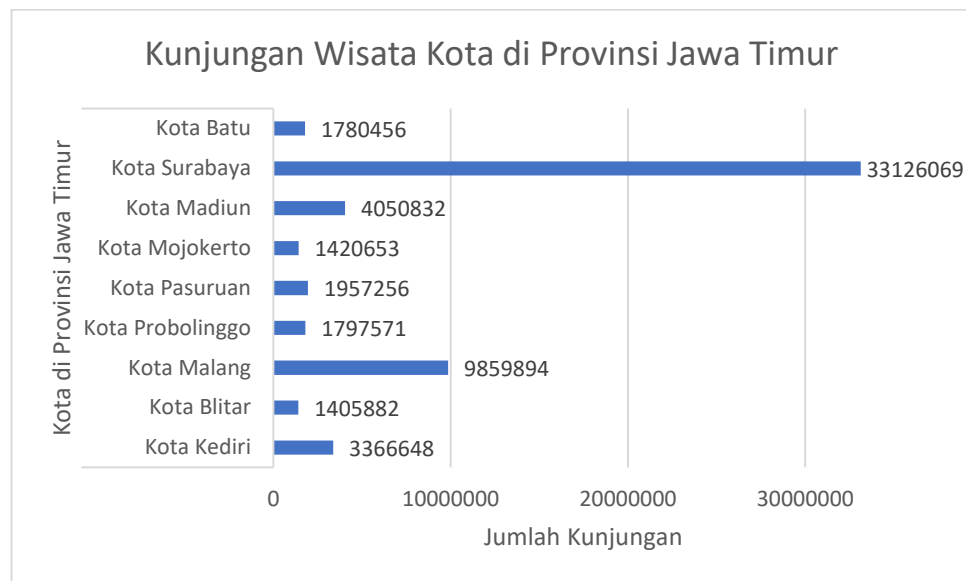


Gambar 1. 2 Enam Provinsi Dengan Jumlah Desa Wisata Terbanyak

Sumber : (Jadesta, 2025)

Berdasarkan data Jejaring Desa Wisata (Jadesta), hingga 1 Oktober 2025 tercatat ada sebanyak 6.026 desa wisata yang tersebar di berbagai provinsi. Gambar 1.2 menunjukkan mayoritas penyebaran Desa Wisata di enam provinsi terbanyak di Indonesia, jumlah tersebut memperlihatkan bahwa Provinsi Jawa Timur mempunyai desa wisata terbanyak yang berjumlah 624. Menurut Khofifah Indar Parawansa selaku Gubernur Jawa Timur menyampaikan, wisatawan tertarik, karena keberagamannya (Zahro, 2024). Peraturan Daerah Provinsi Jawa Timur No 6 Tahun 2017 mengatur mengenai Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Jawa Timur. Perda ini menjadi pedoman dalam pengembangan sektor pariwisata di Jawa Timur secara terencana, terpadu, dan berkelanjutan, termasuk pengelolaan

destinasi, pemasaran, industri pariwisata, serta kelembagaan kepariwisataan. Keunggulan Jawa Timur dalam menarik wisatawan. tidak terlepas dari peran strategis Kota Surabaya sebagai pusat aktivitas ekonomi, budaya, dan pariwisata di wilayah tersebut. Surabaya berfungsi tidak hanya sebagai ibu kota provinsi, tetapi juga sebagai gerbang utama kedatangan wisatawan menuju berbagai destinasi



Gambar 1.3 Kunjungan Wisata Provinsi Jatim
Sumber : Badan dan Pusat Statistik (2024)

Berdasarkan data kunjungan wisatawan di Jawa Timur tahun 2024, Kota Surabaya menjadi daerah dengan jumlah kunjungan tertinggi mencapai 33.126.069 wisatawan. Angka ini menunjukkan bahwa Surabaya memiliki peran strategis sebagai pusat destinasi wisata provinsi, melampaui kota-kota lain seperti Malang dan Madiun. Kota Surabaya mempunyai sejarah panjang dalam kemerdekaan Indonesia sehingga mendapat julukan sebagai 'Kota Pahlawan' yang tidak dipunyai oleh Kota lainnya. Julukan tersebut menjadikan Surabaya memiliki kekayaan warisan sejarah yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan.

Merespon adanya potensi wisata tersebut Pemerintah Kota Surabaya mengeluarkan Peraturan Daerah Kota Surabaya No 23 Tahun 2012. Perda ini mengatur prinsip, tujuan, serta strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dengan melibatkan peran aktif masyarakat, pemerintah, dan pelaku usaha. Dilansir dari web resmi Dinas Kominfo Provinsi Jawa Timur, Pemerintah Kota Surabaya mengembangkan Kampung Tematik yang terbagi menjadi tiga kategori yaitu kampung unggulan, kampung wisata, dan kampung ekologi yang masing-masing kampung mempunyai keunggulan tersendiri dengan mengenalkan potensi lokal, budaya, sejarah serta kreativitas warga. Pernyataan tersebut didukung dengan informasi yang disampaikan oleh Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Penelitian, dan Pengembangan (Bappedalitbang) Kota Surabaya, Irvan Wahyudrajad, dalam artikel berita yang dilansir pada situs Kominfo Provinsi Jawa Timur :

”Berdasarkan arahan Wali Kota Surabaya Eri Cahyadi bahwa Kota Pahlawan tidak hanya fokus sebagai kota bisnis, jasa dan perdagangan, tetapi juga menjadi jujukan pariwisata. Dalam rangka pemerataan, wisata di perkampungan juga terus dikembangkan. Bagaimana wilayah di setiap kelurahan memiliki kampung tematik. Sehingga ketika Surabaya menjadi jujukan, sebagai kota MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition) ada satu paket yang melekat. Kampung Tematik ini tidak hanya akan menjadi destinasi wisata, tetapi juga menjadi wadah bagi UMKM lokal untuk berkembang. Pengembangan wisata Surabaya akan lebih fokus pada kearifan lokal dengan konsep desa atau kampung wisata. Jadi ada keunikan dan memberikan kesempatan kepada wisatawan mendapat pengalaman berinteraksi dengan budaya atau kebiasaan warga lokal”

Sumber : <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/pemkot-surabaya-kembangkan-35-kampung-tematik-tawarkan-wisata-menarik-dan-terjangkau> (Diakses pada 30 Desember 2025)

Merujuk pada informasi diatas disampaikan bahwa Kota Surabaya fokus mengembangkan sektor pariwisata yang berbasis kearifan lokal dengan konsep

kampung wisata. Terdapat 15 Kampung Wisata yang berada di Surabaya, dan masuk kedalam kategori Desa Wisata (Kemenparekraf, 2025).

Tabel 1. 1 Desa Wisata/Kampung Wisata di Kota Surabaya

No	Kampung Wisata Kota Surabaya
1.	Kampung Wisata Bongkaran
2.	Kampung Geblak Jambangan
3.	Kampung Ketandan
4.	Kampung Lawas Maspati
5.	Kampung Warna-Warni Greges Timur
6.	Kampung Alun-Alun Contong
7.	Kampung Wisata Gundih
8.	Kampung Wisata Gunung Anyar Tambak
9.	Kampung Peneleh <i>Heritage</i>
10.	Kampung Sontoh Laut
11.	Wetan Wonderland
12.	WKP (Kampung Kungfu)
13.	Wringin Putih
14.	Kampung Wisata Warna Warni Asem Rowo
15.	Mangrove Gunung Anyar Tambak

Sumber : (Kemenparekraf, 2025)

Masing- masing desa wisata menawarkan wisata yang berbeda seperti ekowisata, sejarah, edukasi, dan budaya. Sesuai dengan julukan Kota Pahlawan, Surabaya dikenal sebagai kota yang kaya akan sejarah, sehingga pengembangan kampung wisata berbasis *heritage* menjadi sangat relevan. Kampung wisata Peneleh adalah satu-satunya wisata yang memberikan pengalaman berwisata berbasis *heritage*. Kampung Peneleh *Heritage* adalah kawasan wisata sejarah unggulan dengan memberikan keunikan wisata tiga zaman. Diyakini dengan adanya peninggalan Kerajaan Majapahit, Pemakaman Eropa yang sudah ada di zaman kolonial dan era kemerdekaan Negara Indonesia (RRI, 2023). Secara administratif, Peneleh merupakan sebuah kelurahan di Kecamatan Genteng, Kota Surabaya yang dulunya adalah perkampungan biasa yang mempunyai banyak

sejarah didalamnya. Meskipun Peneleh berstatus sebagai kampung di lingkungan perkotaan, kawasan ini tetap dapat dikategorikan sebagai “desa wisata” oleh kemenparekraf. Oleh karena itu, pengembangannya lebih tepat dikategorikan sebagai kampung wisata berbasis *heritage*. Pada tahun 2018, potensi Kampung Peneleh sebagai objek wisata sejarah mendapat pengakuan dari komunitas sejarah dan warisan Begandring Soerabaia (Nurany, Irianto, et al., 2025).

Kampung Peneleh *Heritage* disahkan oleh walikota Surabaya pada tanggal 8 Juli 2023 setelah diadakannya festival di kawasan Kampung Peneleh. Kampung ini diperkirakan sudah ada sejak abad ke-13, bahkan sebelum Surabaya menjadi sebuah kota. Nama "Peneleh" sendiri konon berasal dari kata "pinilih" yang berarti "terpilih", merujuk pada seorang pangeran pilihan yang mendapat wilayah kekuasaan di daerah ini pada masa Kerajaan Singosari. Abad ke-18 menjadi masa ke-emasan Peneleh sebagai pusat kegiatan ekonomi dan sosial di Surabaya. Selain itu, Peneleh juga menjadi tempat tinggal bagi pejabat-pejabat kolonial Belanda, yang meninggalkan jejak arsitektur dan tata kota yang khas.

Keunikan Kampung Wisata Peneleh terletak pada posisinya sebagai salah satu kampung tertua di Surabaya yang menjadi saksi sejarah panjang Kota Surabaya. Tempat inilah saksi sejarah peradaban, sebuah peninggalan masa silam pernah ditemukan di perkampungan ini. Peneleh ini sudah ada sejak dahulu menurut *GH Von Faber* dalam buku *Er Werd Een Stad Geboren* sekitar tahun 1953, yang menuliskan bahwa Peneleh sudah dihuni sejak 1270 M. Namun pada waktu itu kawasannya bernama Glagah Arum (RRi, 2023). Peneleh tidak hanya menyimpan warisan kolonial dan multikultural, tetapi juga memiliki nilai khusus

sebagai tempat lahirnya ide-ide pergerakan kemerdekaan bangsa melalui keberadaan rumah H.O.S. Tjokroaminoto, dan Rumah Kelahiran Soekarno, tidak hanya itu terdapat juga Makam Belanda-Eropa, Masjid Jami, Sumur Jobong yang ada di tengah pemukiman warga. Hal tersebut menjadikan Peneleh berbeda dari kampung wisata *heritage* lainnya. Hingga kini, Peneleh masih mempertahankan pesona *heritage* yang bertujuan untuk mengenalkan, dan mengedukasi para wisatawan lokal maupun domestik yang berkaitan dengan narasi sejarah.

Pengembangan Kampung Wisata Peneleh *heritage* juga tidak terlepas dari peran Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS). Pembentukan POKDARWIS adalah salah satu upaya Pemerintah Kota Surabaya untuk mewujudkan Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM. 07 HK.001/MKP-2007 tentang organisasi dan tata kerja Departemen Kebudayaan dan Pariwisata di dalam pengembangan wisata di Kota Surabaya. Dalam konteks ini, POKDARWIS menjadi aktor lokal yang berperan sebagai fasilitator interaksi antara pemerintah, masyarakat, pelaku usaha, dan wisatawan untuk mengelola kampung wisata berbasis *heritage* dengan memanfaatkan potensi lokal, dan nilai sejarah di kawasan Peneleh.



Gambar 1. 4 Kampung Peneleh Heritage

Sumber : Dokumentasi Penulis

Wisatawan yang berkunjung akan dipandu oleh anggota POKDARWIS untuk menjelajahi berbagai situs bersejarah di Kampung Wisata Peneleh *Heritage* yang dinamakan dengan konsep *walking tour*, selain itu terdapat konsep wisata *live in*, wisata gratis, dan wisata musuem. Masing-masing konsep wisata mempunyai estimasi biaya yang berbeda, dan sensasi wisata yang berbeda. Pengunjung dapat melakukan reservasi melalui media sosial Instagram [@kampungheritage](#) peneleh. Paket wisata dapat diakses setiap hari sesuai dengan waktu pelaksanaan yang telah disepakati. Keberhasilan Kampung Peneleh *heritage* dalam meraih Juara 1 kategori Best Kampung Tourism 2024 pada ajang Surabaya Tourism Award menunjukkan bahwasannya kampung berbasis *heritage* ini diakui potensi dan daya tariknya sebagai destinasi wisata. Tidak hanya itu Kampung Wisata Peneleh *Heritage* masuk dalam 500 besar Anugrah Desa Wisata Indonesia (ADWI) di Tahun 2024. Penghargaan yang telah diperoleh, berbanding terbalik dengan realitas bahwa Kampung Wisata Peneleh *Heritage* masih menghadapi beberapa tantangan.

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Kampung Peneleh Heritage

TAHUN	JUMLAH PENGUNJUNG
2023	11.846 Kunjungan
2024	11.290 Kunjungan

Sumber : Disbudporapar 2025, diolah oleh penulis

Tabel 1.2 menunjukkan adanya penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang ada di Kampung Peneleh *Heritage* padahal kampung ini memiliki potensi wisata yang menarik. Berdasarkan observasi awal peneliti dan kondisi empiris yang ada, partisipasi masyarakat dalam kegiatan pengembangan wisata masih tergolong rendah hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Widya & Santoso, 2024) yang menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat relatif rendah. Pra penelitian juga menunjukkan adanya dinamika internal di antara para pengelola Kampung Peneleh *Heritage* juga menjadi tantangan tersendiri, karena masih terdapat perbedaan pandangan antar warga mengenai pengelolaan kegiatan wisata dan pengaturan keuangan kampung. Hal ini menimbulkan ketegangan yang dapat berdampak pada pengelolaan Kampung Wisata. Sebagian besar masyarakat juga belum aktif berkontribusi dalam menjaga kebersihan lingkungan sekitar wisata, maupun mempromosikan destinasi yang ada di Kampung Peneleh *Heritage*. Selain itu, minat generasi muda terhadap pengelolaan wisata juga relatif kurang.

Kelompok muda memiliki potensi besar untuk mendukung inovasi, kreativitas, serta pemanfaatan teknologi digital dalam promosi dan pengembangan kampung wisata. Rendahnya keterlibatan mereka berimplikasi pada terbatasnya regenerasi dan kesinambungan pengelolaan kampung wisata. Hal itu menunjukkan bahwa mekanisme koordinasi antar pemangku kepentingan masih perlu diperkuat agar proses dalam penciptaan nilai kreasi bersama (*value co-creation*) dapat

berjalan dengan optimal. Diperlukan keterlibatan nyata dari seluruh pihak yang untuk menjaga peninggalan *heritage* yang ada di Kampung Peneleh, yang dapat berdampak terhadap keberlanjutan kawasan tersebut.

Nilai sejarah dan budaya yang melekat di dalamnya tidak akan bertahan hanya dengan kebijakan atau kegiatan pelestarian yang bersifat seremonial. Keberhasilan pelestarian justru bergantung pada sejauh mana masyarakat lokal, pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan wisatawan mampu bekerja bersama dan saling melengkapi dalam mengembangkan kawasan ini. Diperlukan juga perhatian terhadap kebersihan lingkungan, dan ketersediaan fasilitas umum untuk pengunjung di Kampung Wisata *Heritage* Peneleh. Merujuk pada kajian menurut Sumiarsa (2025) yang menyebutkan bahwa ditemukannya keterbatasan fasilitas publik seperti area parkir dan area istirahat.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, terdapat beberapa permasalahan dalam pengembangan desa wisata berbasis *heritage* di Kampung Peneleh. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan dengan proses *co-creation* untuk menghasilkan *value co-creation* dalam pengembangan Kampung Wisata Peneleh *Heritage*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Widya & Santoso (2024) kajian tersebut menganalisis tentang strategi ketahanan masyarakat dengan peran *stakeholder* yang ada di Kampung Wisata Peneleh *Heritage* sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nurany et al (2023) mengkaji tentang objek wisata Kampung Peneleh sebagai daya tarik wisata. Kedua penelitian tersebut belum secara spesifik membahas bagaimana proses *value co-creation* dalam pengembangan desa wisata berbasis *heritage*. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kekhasan tersendiri

dengan menggunakan pendekatan *Value co-creation* untuk menelaah nilai penciptaan bersama dalam pengembangan Kampung Peneleh *Heritage* dengan mengacu pada perpektif *value co-creaion* menurut Tsai&Chiu (2023) yaitu mobilisasi terkait *stakeholder* yang terlibat, ekspansi meliputi pelibatan *stakeholder* disertai dengan pelatihan untuk pengembangan wisata, dan tahap stabilisasi untuk menyebarluaskan nilai-nilai wisata. Dengan demikian, penelitian ini berjudul”***Value Co-Creation Dalam Pengembangan Kampung Wisata Peneleh Heritage Kota Surabaya***”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat diambil rumusan masalah”*Value Co-Creation Dalam Pengembangan Kampung Wisata Peneleh Heritage Kota Surabaya*”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Value Co-Creation Dalam Pengembangan Kampung Wisata Peneleh Heritage Kota Surabaya*

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang terlibat, yaitu

1.4.1 Bagi Pembaca

Dapat dijadikan bahan literasi untuk memperkaya pengetahuan dan wawasan mengenai pengembangan Kampung Wisata dengan menggunakan proses *Value Co-creation* di Kampung Wisata Peneleh *Heritage Kota Surabaya*. Selain

itu penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan bagi para pembaca yang akan melakukan penelitian lebih lanjut terkait topik ini.

1.4.2 Bagi Penulis

Menerapkan ilmu dan teori yang telah penulis peroleh selama perkuliahan dalam dunia administrasi publik dan mengasah kemampuan metodologis terkait proses *Value Co-creation* di Kampung Wisata Peneleh *Heritage* Kota Surabaya. Penelitian ini juga merupakan salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana pada program studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

1.4.3 Bagi Universitas

Kajian ini diharapkan untuk menambah bahan literatur pada perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang dapat digunakan sebagai referensi ilmiah dan pembanding untuk penelitian selanjutnya yang akan dilakukan

1.4.4 Bagi Informan Terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan evaluasi kepada informan yang menjadi aktor penting *Value Co-Creation* Pengembangan Kampung Wisata Peneleh *Heritage* Kota Surabaya yaitu, Dinas Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga serta Pariwisata Kota Surabaya, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Kampung Peneleh *Heritage* Kota Surabaya, Masyarakat lokal, dan Begandring Soerabaia (Komunitas Sejarah).