

# ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK WISATA *HERITAGE TRAIL* UNTUK MENINGKATKAN CITRA DESTINASI (Studi Pada Surabaya Heritage Track Di Surabaya)

**Alvin Rozaan**

**M. Kholid Mawardi**

**Arik Prasetya**

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya

Malang

Al.rozaan@gmail.com

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to find out and analyze the strategy that used by House of Sampoerna Management at Surabaya Heritage Track to developing heritage trail tourism and to find out Surabaya Heritage Track role for developing Surabaya destination image. This researcher is descriptive research type with mix method approach using observation, interview and questionnaire. The results of this study concluded that the implementation of strategy that used by management already fit with the base principle of heritage tourism development and Surabaya Heritage Track program can drive tourist perception by giving them direct experience and showing them the tangible aspect from that heritage tour, so tourist can re-evaluate their perception from pre-visit. Based on the description, it is recommended that the government; especially tourism and culture department of Surabaya can help by promoting heritage tour to tourist and help managing other old or heritage building so it can be used for tourist attraction, and for Surabaya Heritage Track management can increase their promotion or marketing plan to make tourist find this program easier and they can add more visitation time to their trip.*

**Keywords:** *Heritage trail, Surabaya Heritage Track, Destination Image*

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini berfokus pada pengembangan produk wisata *heritage* dalam meningkatkan citra destinasi. Penelitian ini berusaha mendeskripsikan dan mengetahui strategi pengembangan Surabaya Heritage Track dan bagaimana Surabaya Heritage Track dapat meningkatkan citra destinasi Kota Surabaya dari persepsi wisatawan. Peneliti ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan campuran dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan kuisioner. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi yang digunakan dalam pengembangan Surabaya Heritage Track sudah sesuai prinsip pengembangan wisata *heritage* dan program Surabaya Heritage Track dapat mendorong persepsi wisatawan terkait citra destinasi Kota Surabaya. Berdasarkan uraian, penelitian ini memberikan rekomendasi untuk Dinas Pariwisata agar dapat mendorong promosi wisata sejarah dan pengembangan objek sejarah lainnya yang dapat digunakan sebagai objek wisata sejarah. Strategi pemasaran yang digunakan pengelola juga perlu ditingkatkan agar Surabaya Heritage Track dapat lebih mudah diketahui oleh wisatawan dan dapat meningkatkan jumlah kunjungannya.

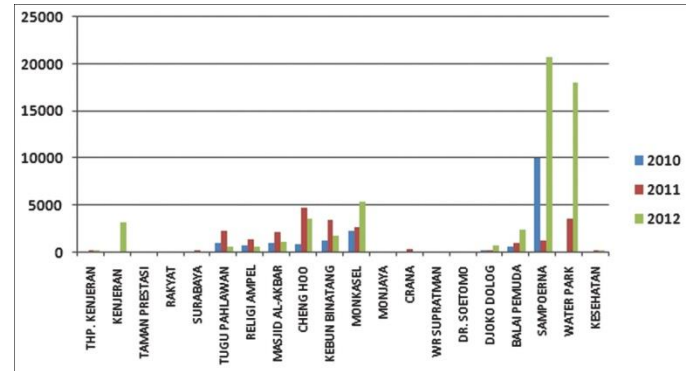
**Kata kunci:** *Heritage trail, Surabaya Heritage Track, Citra Destinasi*

## PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang saat ini menjadi perhatian untuk dikembangkan lebih lanjut, ini dikarenakan pariwisata menjadi sektor yang cukup menjanjikan untuk memperoleh devisa. Pada tahun 2013-2014 Kementerian Pariwisata mencatat bahwa sektor pariwisata menempati urutan keempat dalam hal penerimaan devisa setelah komoditi minyak dan gas bumi, komoditi batu bara, dan komoditi minyak kelapa sawit ([kemenpar.go.id](http://kemenpar.go.id)).

Pembangunan kepariwisataan di Indonesia juga didukung oleh potensi yang dimilikinya baik dari kekayaan alam, sejarah maupun sosial-budaya. Dalam Peraturan pemerintah No. 67 Tahun 1996 dijelaskan bahwa potensi pariwisata nasional yang dimanfaatkan menjadi objek dan daya tarik wisata dapat berupa keadaan alam, flora, fauna, kebudayaan nasional dan kebudayaan daerah baik yang berwujud ide, kehidupan sosial, maupun berupa benda hasil karya manusia yang perlu dijaga kelestariannya dalam rangka memperkuat jati diri bangsa dalam rangka perwujudan nusantara. Potensi wisata sejarah yang dimiliki Indonesia sendiri merupakan salah satu kekayaan yang cukup beragam, dimulai dari peninggalan jaman Pra-sejarah hingga masa Penjajahan Belanda dan Jepang.

Beberapa bangunan-bangunan tua tersebar di beberapa Kota seperti Surabaya, Semarang, dan Jakarta, Hariyadi dan Soegihardjo (2002) menjelaskan bahwa beberapa kota tersebut memang tidak memiliki potensi wisata alam yang kuat, tetapi bangunan-bangunan yang ada di kota tersebut cukup banyak dan dapat menjadi potensi wisata yang baik. Kota Surabaya sendiri sudah memiliki *image* yang cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia sebagai Kota Pahlawan. Beberapa peninggalan yang ada di Kota Surabaya sebagai bukti sejarah antara lain adalah Tugu Pahlawan, Balai Pemuda, Hotel Majapahit, Monumen Bambu Runcing, dan Monumen Kapal Selam (Monkasel). Wisata sejarah yang dimiliki Kota Surabaya cukup dinikmati oleh wisatawan asing.



**Gambar 1. Jumlah Wisatawan Mancanegara di beberapa ODTW Surabaya Tahun 2010-2012**

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya

Pada gambar tersebut kita dapat melihat kunjungan tertinggi oleh wisatawan mancanegara adalah di Sampoerna (Museum House of Sampoerna), dimana museum tersebut merupakan salah satu museum tematik yang menjelaskan sejarah Sampoerna sebagai salah satu produk rokok tertua dan merenovasi pabrik rokok mereka untuk menjadi bangunan museum yang menarik bagi wisatawan. Salah satu faktor yang juga menarik wisatawan tersebut untuk mengunjungi museum Sampoerna adalah program Surabaya Heritage Track (SHT) yang merupakan program *city tour* berkonsep wisata sejarah dengan rute di area Surabaya Utara. Fasilitas ini merupakan salah satu bentuk dari *Heritage Trail*, yaitu bentuk kegiatan wisata dimana wisatawan diajak mengunjungi bangunan-bangunan peninggalan bersejarah maupun pola kehidupan atau budaya turun temurun yang unik dari suatu daerah. Apabila kita melihat potensi yang ada di Kota Surabaya dengan bangunan-bangunan bersejarah maupun cerita menarik yang ada di berbagai lokasi, maka pengembangan *Heritage Trail* ini dapat dimaksimalkan menjadi salah satu daya tarik wisata utama Kota Surabaya.

Program Surabaya Heritage Track memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk mengunjungi bangunan'banguna bersejarah tersebut dan secara bertahap mengembangkan konsep *city tour* tersebut agar dapat lebih dikenal terutama bagi wisatawan nusantara yang jumlahnya masih sedikit dibandingkan kunjungan wisatawan mancanegara.

Program ini juga terkait dengan citra destinasi Kota Surabaya sebagai Kota Pahlawan, kunjungan ke objek-objek bersejarah ini juga diharapkan dapat mempengaruhi persepsi wisatawan terkait persepsi mereka terhadap citra destinasi tersebut dan juga evaluasi ulang terhadap kunjungan mereka berikutnya. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengembangan Produk Wisata *Heritage Trail* untuk Meningkatkan Citra Destinasi (Studi pada Surabaya Heritage Track, Surabaya)**”.

## KAJIAN PUSTAKA

### Pariwisata

Meyers dalam Suwena (2010:43) mendefinisikan bahwa pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan-tujuan lainnya.

### *Heritage Tourism*

*Heritage Tourism* diartikan oleh National Trust of Historic Preservation atau NTHP (2015) sebagai kegiatan berwisata untuk memperoleh pengalaman di lokasi, artefak dan pada kegiatan yang merepresentasikan secara otentik cerita maupun kehidupan pada masa lalu maupun sekarang, termasuk sumber daya budaya, sejarah maupun alam. Tahap dalam pengembangan *heritage tourism* yang dijelaskan oleh National Trust of Historic Preservation (2015), yaitu:

a. *Asses the Potential*

untuk menganalisa terlebih dahulu kondisi lokasi yang akan dikembangkan sebagai objek wisata *heritage*, baik dari potensi yang dapat menarik wisatawan maupun daya dukung lokasi dan pelayanan yang dapat diberikan

b. *Plan and Organize*

Kerjasama antara komunitas lokal dan sektor bisnis sangat penting untuk menciptakan program wisata *heritage* yang sukses

c. *Prepare, Protect, and Manage*

Perencanaan jangka panjang sangatlah penting dalam mengembangkan jenis wisata *heritage*

d. *Market for Success*

Penyediaan sarana pemasaran langsung melalui media massa juga efektif

NTHP juga menjabarkan beberapa prinsip dalam pengembangan wisata *heritage*, antara lain:

a. *Collaborate*

Memerlukan adanya kolaborasi yang optimal dari berbagai pihak untuk meningkatkan efektifitas kerja dan meningkatkan motivasi untuk mencapai tujuan yang sama

b. *Find the Fit*

Perbedaan cara pandang maupun cara kerja dari komunitas lokal maupun pihak lain yang bersangkutan akan menjadi tantangan pada proses berjalannya pengembangan wisata *heritage* ini

c. *Make Sites and Programs Come Alive*

Perlu adanya pemberian kesempatan bagi wisatawan untuk berinteraksi secara langsung di lokasi wisata untuk dapat memberikan pengalaman yang berbeda.

d. *Focus on Quality and Authenticity*

Menunjukkan nilai budaya maupun warisan komunitas lokal secara akurat dan menarik akan memberikan pengalaman yang sangat menarik dan berbeda bagi wisatawan

e. *Preserve and Protect*

Mempertahankan dan melindungi sumber daya tersebut sangatlah vital untuk dapat menjadikan lokasi wisata tersebut bertahan dalam waktu yang panjang, bentuk perlindungan ini ditujukan bagi bangunan yang ada maupun nilai budaya atau warisan yang sudah ada di komunitas lokal

Penjelasan mengenai *heritage trail* tersebut menunjukkan bahwa jenis wisata ini dapat memanfaatkan berbagai jenis lokasi, baik perkotaan maupun pedesaan. *Heritage trail* tidak memiliki standar minimal dalam luas atau jarak yang diperlukannya, keunikannya adalah dari sisi cerita dan pengalaman yang dapat diperoleh wisatawan selama perjalanan tersebut.

## Citra Destinasi

### 1. Pengertian Citra Destinasi

Crompton dalam Katharina (2011:18) mendefinisikan destination image sebagai “the

sums of beliefs, ideas, and impressions that a person has of a destination". Peneliti lain juga mempelajari bagaimana destination image dapat terbentuk dan bagaimana cara untuk mengukurnya. Secara umum, destination image terbentuk dari gambaran umum maupun hasil pemikiran yang diciptakan oleh seseorang terhadap suatu benda, lokasi, maupun pengalaman yang dirasakannya.

## 2. Atribut Citra Destinasi

Lopes (2011) menjabarkan faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan citra destinasi menjadi lebih spesifik lagi lain berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, yaitu: *perception, tourism marketing, level of education, social and economic characteristic, motivations, media, experiences, psychological characteristic*. Faktor-faktor tersebut merupakan penjabaran lebih luas dari aspek kognitif (sumber lain tidak langsung) dan afektif (dipengaruhi perasaan orang lain) yang mempengaruhi pembentukan citra destinasi.

## 3. Proses Pengembangan Citra Destinasi

Tocquer dan Zins dalam Lopes (2011) menjelaskan tahapan proses pengembangan suatu *destination image* terbagi atas empat tahapan yaitu:

- a. *Vague and Unrealistic Image*: Gambaran yang masih kabur mengenai lokasi, dimana wisatawan memperoleh informasi melalui iklan, pelajaran yang dia peroleh di sekolah maupun informasi melalui *word of mouth*
- b. *Distortion of the image*: Pada tahapan ini, keputusan untuk berlibur akan dibuat dimana penentuan waktu maupun objek yang akan dikunjungi ditentukan yang pada akhirnya akan merubah cara pandang orang tersebut atas gambaran destinasi tersebut menjadi lebih jelas.
- c. *Improved image*: pada tahap ini, wisatawan akan memperoleh pengalaman secara langsung di lokasi tersebut. *Image* destinasi tersebut akan semakin jelas dengan menyingkirkan informasi yang salah atau tidak sesuai dan memperkuat informasi yang memang benar.
- d. *Resulting image*: Tahapan ini mengarah kepada ingatan dari pengalaman wisatawan sebelumnya yang dapat mengarah pada kenangan yang baik,

penyesalan, maupun keinginan untuk kembali. *Image* baru yang dibentuk melalui ingatan ini akan mempengaruhi penilaian wisatawan atas destinasi tersebut.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan campuran (*mix method*). Pendekatan campuran dimaksudkan juga untuk menutupi kekurangan diantara dua pendekatan lainnya dengan cara data yang dikumpulkan dari satu pendekatan dapat digunakan untuk mendukung data dari pendekatan lainnya (Cresswell, 2013). Lokasi penelitian yang dipilih adalah Kota Surabaya karena merupakan salah satu kota yang memiliki beberapa situs peninggalan sejarah baik bangunan maupun monumen, dan Kota Surabaya merupakan salah satu pintu masuk utama wisatawan mancanegara ke Indonesia dan telah memiliki *destination image* sebagai Kota Pahlawan. Situs Penelitian yang dipilih adalah Sampoerna Heritage Track.

Sumber data primer yang diperoleh melalui wawancara untuk pendekatan kualitatif dan penyebaran kuesioner untuk pendekatan kuantitatifnya. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen resmi Sampoerna Heritage. Fokus yang ditetapkan untuk penelitian ini adalah untuk menganalisa strategi pengembangan *heritage trail* pada Sampoerna Heritage Track apakah telah sesuai dengan prinsip pengembangan wisata *heritage* yang dirumuskan National Trust of Historic Preservation, yaitu:

- 1) *Collaborate*
- 2) *Find the Fit*
- 3) *Make Sites and Program Come alive*
- 4) *Focus on Quality and Authenticity*
- 5) *Preserve and Protect*

Metode dan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. wawancara, dokumentasi dan observasi. Menggunakan instrument penelitian berupa pedoman wawancara dan perangkat penunjang lainnya. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua teknik yaitu model Miles and Huberman dan analisis statistik deskriptif. Penelitian ini menggunakan uji keabsahan data dengan triangulasi teknik, triangulasi teknik yang dilakukan pada penelitian ini melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Pada penelitian kuantitatifnya, diambil 30 responden untuk mendukung data dengan menyebarkan kuesioner yang menggunakan skala Likert 1-5. Instrumen penelitian yang digunakan adalah berupa angket kuesioner. Untuk menganalisa data dengan analisis statistik yang disajikan dalam bentuk tabel yang memuat modus, median dan mean.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Prinsip Pengembangan Wisata *Heritage* pada Surabaya Heritage Track

Pengembangan jenis wisata heritage trail memang membutuhkan beberapa tahapan dan kerjasama dengan beragam *stakeholder*, seperti yang dijelaskan oleh Timothy dan Boyd (2003) bahwa konsep wisata *heritage trail* bisa dilakukan dalam skala kecil seperti di pedesaan dengan menunjukkan keunikan dan budaya yang ada hingga skala besar yang menunjukkan bentuk perkembangan budaya dari sebuah daerah atau sejarah perkembangan agama dan pergerakannya di beberapa wilayah. Program Surabaya Heritage Track sendiri memiliki skala yang tidak terlalu besar karena hanya terbatas pada Surabaya bagian utara saja, tetapi tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses pengembangannya tetap sama sesuai prinsip pengembangan wisata *heritage*

#### 1. Collaborate

Wood dan Gray (2001) menjelaskan bahwa kolaborasi dapat terjadi apabila beberapa *stakeholder* yang terkait dalam satu masalah yang sama pada akhirnya memulai proses interaksi dengan landasan aturan, norma, dan struktur yang dibuat bersama-sama untuk bergerak dan menentukan langkah yang tepat dalam menghadapi masalah tersebut. Tahap awal kolaborasi yang dilakukan oleh pengelola bertujuan untuk mencari dan membentuk kerjasama awal dengan *stakeholder* terkait dalam program ini nantinya, baik dari pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat. Karena itu, manajemen Museum House of Sampoerna memulai kerjasama dengan pemerintah daerah, akademisi, dan masyarakat lokal

##### 1. Kerjasama dengan pemerintah

WTO (2002) menjelaskan bahwa sektor publik dan swasta memiliki tanggung jawab dan fungsi yang saling terkait satu sama lain dalam pengembangan pariwisata. Karena masing-masing sektor memiliki aset dan kemampuan yang unik, maka sektor swasta sendiri dapat

mengakomodir kekurangan yang dimiliki sektor publik, seperti sumber daya manusia dan pasar yang memang sudah dimiliki oleh sektor swasta tersebut. Sektor swasta sendiri juga dapat mendorong aspek bisnis dan pemasaran yang lebih luas melalui kerjasama tersebut

Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kota Sutabaya sebagai sektor publik dalam kerjasama ini bertugas untuk menjaga visi pariwisata yang telah ada dan menjamin lingkungan serta infrastruktur yang mendukung wisatawan ketika berkunjung dengan tetap menjaga kondisi asli dari lokasi tersebut. Pada program Surabaya Heritage Track yang menggunakan objek-objek bersejarah, keamanan wisatawan dan keberlanjutan dari objek kunjungan menjadi sangat penting.

#### 2. Kerjasama dengan akademisi

Kerjasama dengan akademisi dilakukan juga oleh manajemen House of Sampoerna untuk mempersiapkan materi-materi terkait objek yang akan dikunjungi. Pada pengembangan program Surabaya Heritage Track ini kerjasama terus dilakukan dengan perpustakaan Universitas Petra Surabaya yang menyimpan data atau arsip terkait sejarah Kota Surabaya. Hal ini mempermudah pengelola Surabaya Heritage Track apabila mereka menambah objek kunjungan mereka, dengan persiapan materi dari Universitas Petra maka pengelola tidak kesulitan untuk melakukan riset sendiri yang pada akhirnya banyak memakan waktu dan sumber daya.

#### 3. Kerjasama dengan masyarakat lokal

Masyarakat atau komunitas lokal disini berperan melakukan kontrol terhadap kegiatan yang berlangsung di kawasan tersebut. Arismayanti (2010) menjelaskan bahwa keberlanjutan pengembangan pariwisata sangat bergantung pada besarnya kontrol masyarakat lokal terhadap daerahnya, hal ini penting karena masyarakat lokal lebih mengetahui dan mengenal daerahnya dibandingkan orang diluar komunitas lokal tersebut. Pada program Surabaya Heritage Track, manajemen berusaha mengundang komunitas-komunitas lokal yang memang memiliki ketertarikan terhadap sejarah Kota Surabaya. Jika komunitas lokal tersebut menyadari peran pariwisata sebagai bentuk pengenalan sejarah kepada masyarakat lebih

luas, pada akhirnya program tersebut juga akan dapat dipasarkan lebih luas

## 2. *Find the Fit*

Komunikasi menjadi poin penting dalam mencari kesamaan pandangan antara komunitas lokal dengan aspek pariwisata. National Trust for Historic Preservation menjelaskan dalam mencari kesamaan pandangan ini ada 3 tahap pendekatan yang harus dilakukan. Pertama, Pengelola harus dapat mendengarkan pandangan dan ketertarikan masyarakat lokal dalam pengembangan wisata *heritage*. Stokes, Watson, dan Mastran (1997) menjelaskan langkah awal dalam memulai pengembangan wisata adalah agar komunitas lokal mengetahui bahwa mereka memiliki peluang untuk bersaing di bidang pariwisata, sumber daya apa saja yang mereka miliki dan pasar mereka nantinya. Pengelola Surabaya Heritage Track disini menargetkan agar program dapat dinikmati oleh semua pasar dan berhasil meyakinkan pemilik atau pengelola dari objek-objek yang akan mereka kunjungi. Kedua, Pengelola harus dapat mengajak masyarakat lokal untuk aktif berpartisipasi dalam kegiatan wisata. Pada beberapa objek kunjungan yang dikelola pribadi, pengelola program Surabaya Heritage Track memberikan kesempatan bagi komunitas lokal untuk dapat berpartisipasi secara langsung dalam kegiatan pariwisata, walaupun pada awalnya masyarakat lokal menganggap wisatawan tidak akan tertarik dengan kegiatan yang mereka lakukan atau tidak ingin berinteraksi dengan mereka, tetapi pengelola meyakinkan bahwa nilai dari wisata *heritage* adalah untuk menawarkan pengalaman dan interaksi secara langsung bagi wisatawan. Ketiga, Pengelola harus dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh masyarakat lokal dimana beberapa lokasi yang dikunjungi merupakan bangunan yang digunakan untuk kegiatan publik, ibadah, dan juga kantor yang memang masih aktif digunakan. Karena itu, pengelola program Surabaya Heritage Track mengatur jadwal kunjungan dan jangka waktu kunjungan di tiap objek, dan mengatur agar wisatawan dapat dikontrol agar tidak sampai mengganggu kegiatan yang dilakukan masyarakat lokal ketika kunjungan dilakukan.

## 3. *Make Sites and Program Comes Alive*

Arsenault, Davar, dan Lucier (2010) menjelaskan bahwa wisata yang dapat memberikan pengalaman berbeda dapat mendorong kenangan wisatawan pada perjalanan berikutnya dan memperkuat hubungan emosional hingga spiritual mereka. Kesempatan untuk memperoleh pengalaman yang berbeda dari apa yang biasanya dilakukan oleh wisatawan menjadi poin penting bagi pertimbangan pengelola dalam menghidupkan suasana selama program berlangsung. Karena mereka yang berinteraksi secara langsung dengan wisatawan dan mengatur jadwal serta kegiatan peserta. Interaksi yang baik dapat dilakukan pemandu dengan memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk membagi informasi yang mereka ketahui terkait sejarah objek-objek yang akan dikunjungi serta mengajak mereka berinteraksi langsung dengan lingkungan sekitar objek wisata sejarah. Hal lain yang dilakukan pengelola untuk menghidupkan tur ini adalah dengan membuat konsep tur tematik sesuai dengan momen perayaan yang sedang berlangsung seperti hari pahlawan atau perayaan tahun baru imlek. Tema ini juga terus berganti tiap tahunnya, agar wisatawan yang sebelumnya sudah pernah mengikuti tur tematik dengan tema yang sama tidak merasa bosan dan juga untuk memperkenalkan lebih banyak lagi objek wisata yang memiliki nilai *heritage* di Kota Surabaya.

## 4. *Focus On Quality and Authenticity*

Pengelola Surabaya Heritage Track melakukan riset yang panjang dan mempersiapkan sumber daya yang diperlukan, hal ini diperlukan dengan tujuan agar wisatawan tidak mendapatkan informasi yang salah dan dapat memberikan pengalaman yang maksimal bagi wisatawan. Proses yang dilakukan antara lain:

### a. Riset lokasi dan persiapan materi

Pengelola Surabaya Heritage Track melakukan riset dengan bekerja sama dengan Universitas Petra dan ahli sejarah di Kota Surabaya untuk mengumpulkan materi mengenai sejarah dari objek yang akan dikunjungi. Proses pengumpulan informasi akan lebih mudah dengan kerjasama ini jika dibandingkan pengelola menggunakan sumber daya manusia dari internal pengelola, kerjasama ini juga lebih

menjamin data-data yang dikumpulkan lebih relevan dan lebih lengkap.

b. Pelatihan bagi *tour guide*

*Guide* yang bertugas dalam program ini juga harus melewati proses seleksi dan interview terlebih dahulu, dimana *guide* yang dipilih ini juga memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Materi mengenai objek yang akan dikunjungi juga setidaknya diberikan 1 bulan sebelum *guide* tersebut diperbolehkan membawa wisatawan, agar *guide* tersebut dapat mempelajari materi dengan detail dan membiasakan diri terlebih dahulu untuk cara menjelaskan informasi tersebut kepada wisatawan.

c. Interpretasi dalam tur

Interpretasi yang baik dapat mempengaruhi kepuasan seorang wisatawan dari objek tersebut dan juga tur itu sendiri secara keseluruhan. Wearing dan Archer (2002) juga menjelaskan bahwa interpretasi yang baik juga dapat meningkatkan kesadaran wisatawan atas nilai dari objek tersebut dan mempermudah mereka untuk memahami sejarah dari objek yang dikunjungi. Pada program Surabaya Heritage Track, *tour guide* memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk dapat berinteraksi secara langsung dengan objek kunjungan dan masyarakat lokal yang ada.

5. ***Preserve and Protect Resources***

Pemanfaatan bangunan bersejarah sebagai sebuah objek pariwisata memang dapat memberikan nilai baru bagi objek tersebut, tetapi kondisi dari objek-objek tersebut juga menjadi tantangan dalam pengembangan wisata *heritage*. Daya dukung dari masing-masing objek tersebut untuk menerima wisatawan sangat terbatas dan juga memerlukan perawatan secara berkala. Pengelola Surabaya Heritage Track membatasi jumlah grup untuk setiap perjalanan yang dilakukan dengan kapasitas maksimal 22 wisatawan, dan jumlah ini merupakan yang paling optimal bagi pengelola. Ukuran grup yang kecil tidak hanya mempermudah *guide* untuk mengatur wisatawan, tetapi juga karena daya dukung dari objek dan volume wisatawan yang dapat dikunjungi bagi beberapa objek sangat terbatas. Cara lain yang dilakukan sebagai bentuk preservasi dan perlindungan

bagi objek-objek bersejarah tersebut adalah membentuk kesadaran dan mengedukasi baik kepada pengelola objek, masyarakat, maupun wisatawan akan pentingnya untuk menjaga keberlangsungan objek-objek tersebut.

**Peran Surabaya Heritage Track dalam Meningkatkan Citra Destinasi Kota Surabaya**

Citra destinasi dari sebuah lokasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan proses perubahan ini juga terus berlangsung setiap saat baik sebelum kunjungan, ketika waktu kunjungan, dan setelah kunjungan wisata tersebut berakhir. Gartners (1997) menjelaskan citra destinasi terbagi menjadi dua tingkatan yaitu primer dan sekunder. Citra primer berasal dari hasil kunjungan ke suatu destinasi, sedangkan citra sekunder berasal dari berbagai informasi atau sumber sekunder. Pada program Surabaya Heritage Track ini, wisatawan memproses informasi yang ada dari berbagai sumber, dengan konsep program yang sesuai dengan citra destinasi Kota Surabaya sebagai Kota Pahlawan.

**1. Citra Destinasi Sekunder**

Persepsi wisatawan terhadap citra dari suatu destinasi terbentuk berdasarkan penerimaan informasi yang diperoleh sebelum mengunjungi destinasi tersebut Berdasarkan hasil data yang diperoleh melalui pembagian kuisisioner kepada wisatawan yang telah mengikuti program Surabaya Heritage Track dapat dilihat bahwa pandangan wisatawan terhadap citra destinasi Kota Surabaya sebagai Kota Pahlawan dan persepsi wisatawan terhadap program Surabaya Heritage Track, dimana mayoritas wisatawan memiliki pandangan yang sama bahwa Kota Surabaya memang memiliki citra yang tepat sebagai Kota Pahlawan. Pandangan wisatawan terhadap Kota Surabaya ini masih terbatas pada informasi sejarah yang pernah terjadi di Kota Surabaya, tetapi aspek wisata yang sesuai dengan citra tersebut masih belum terbentuk sehingga dapat mempengaruhi keputusan kunjungan berikutnya bagi wisatawan tersebut. Hala lain yang dapat mendorong persepsi wisatawan adalah dengan meningkatkan pemasaran dan proses penyebaran informasi, pengelola sebenarnya tidak membutuhkan biaya besar untuk mendorong proses tersebut, pengelola dapat memanfaatkan penyebaran informasi melalui *word-of-mouth* ataupun

*electronic word-of-mouth* dengan menggunakan media sosial yang sudah banyak digunakan oleh wisatawan. Banyak wisatawan yang mengikuti program ini mendapatkan informasi awal dari orang-orang terdekat mereka yang memberikan rekomendasi mengenai destinasi tersebut. Informasi dan dorongan kepada wisatawan terhadap destinasi tersebut akan membangun motivasi mereka untuk berkunjung, motivasi wisatawan ini merupakan tahap lanjutan dari persepsi yang terbentuk setelah pengumpulan informasi dari berbagai sumber. Wisatawan yang akan mengikuti program Surabaya Heritage Track setelah memperoleh informasi dan membentuk persepsi awal mereka terhadap destinasi tersebut pada akhirnya dapat secara langsung menilai seperti apa konsep dan bentuk wisata yang ditawarkan. Konsep wisata *heritage* dari program Surabaya Heritage Track membuat wisatawan tertarik untuk menikmati wisata di Kota Surabaya dari sudut pandang yang berbeda. Setelah proses pengumpulan informasi dari sumber sekunder ini telah selesai, wisatawan dapat melanjutkan proses evaluasi dari citra destinasi dari sumber primer dengan cara memperoleh pengalaman langsung dari tur atau kegiatan yang ditawarkan di destinasi itu.

## 2. Citra Destinasi Primer

Setelah proses pengumpulan informasi dari berbagai sumber eksternal, baik melalui media informasi maupun pengalaman orang lain, mereka akan memiliki ekspektasi atau harapan mengenai lokasi tersebut. Wisatawan akan membuat gambaran mengenai lokasi tersebut berdasarkan data yang telah mereka peroleh dari berbagai sumber informasi dan juga dari pengalaman mereka langsung apabila pernah berkunjung ke destinasi tersebut sebelumnya. Saat mereka mengunjungi lokasi tersebut, wisatawan akan memproses ulang semua informasi yang diperoleh melalui apa yang mereka lihat dan alami selama kunjungan tersebut. Pada tahapan ini, [rogram Surabaya Heritage Track menggunakan karakteristik yang *tangible* untuk dapat mendorong wisatawan dalam memperoleh pengalaman yang lebih nyata tentang wisata sejarah tersebut. Penggunaan bis yang menyerupai kereta tram yang pernah beroperasi di Kota Surabaya hingga pemilihan objek-objek kunjungan selama tur menjadi poin penting untuk memperkuat proses

pembentukan citra destinasi Surabaya di pikiran wisatawan. Faktor visual menjadi sangat penting dalam mempengaruhi citra kota tersebut karena semakin kuat visual dari ruang tersebut maka semakin mudah bagi seseorang untuk mengingat identitas tersebut. Karena itu karakteristik fisik dapat memberikan dampak besar bagi persepsi wisatawan ketika berada di destinasi tersebut.

Selain karakteristik fisik yang terlihat pada program tersebut, pengalaman yang dirasakan atau kegiatan yang dilakukan secara langsung selama tur tersebut juga dapat menjadi bahan evaluasi dalam pembentukan pandangan terhadap citra destinasi dari Kota Surabaya. Program Surabaya Heritage Track memiliki beberapa tema tur yang ditawarkan bagi para wisatawan, dimana masing-masing tur ini memiliki objek dan konsep cerita yang berbeda. Sehingga wisatawan dapat memperoleh pengalaman yang berbeda juga di tiap tur tersebut. dan agar dapat memaksimalkan pengalaman dan suasana yang diperoleh wisatawan, kemampuan *guide* dalam memberikan informasi dan membantu membentuk suasana sangat penting dalam membuat pandangan terhadap tur tersebut lebih baik lagi. Pada program Surabaya Heritage Track, *guide* dapat memberikan informasi kepada wisatawan dengan baik dan juga membentuk suasana yang menarik bagi mereka. Pengalaman langsung yang diperoleh wisatawan selama tur tersebut yang pada akhirnya dapat meningkatkan pandangan wisatawan terhadap Kota Surabaya dengan citranya sebagai Kota Pahlawan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tinjauan Strategi Pengembangan Program Surabaya Heritage Track  
Penerapan strategi untuk pengembangan Surabaya Heritage Track yang dilakukan oleh pengelola Museum House of Sampoerna telah sesuai dengan konsep dari prinsip pengembangan wisata *heritage*. Pengelola berhasil dalam membentuk kerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya serta masyarakat lokal agar dapat membantu dalam proses pembentukan dan



pengembangan program Surabaya Heritage Track dan memanfaatkan bangunan-bangunan bersejarah sebagai sebuah potensi pariwisata. Pengelola Surabaya Heritage Track juga berhasil dalam menyamakan visi dan tujuan mereka untuk mendorong pengembangan wisata *heritage* di Kota Surabaya, dimana pengelola program juga mempertimbangkan pemikiran dari pengelola objek dan masyarakat lokal sebelum memulai program ini. Beberapa lokasi masih berfungsi sebagai pusat kegiatan ibadah ataupun merupakan milik pribadi, sehingga pengelola membuat batasan-batasan waktu dan akses lokasi dalam kunjungan wisata tersebut agar tidak mengganggu dan merusak nilai yang ada pada masing-masing objek. Program Surabaya Heritage Track juga tetap dapat membuat wisata *heritage* menarik bagi semua kalangan usia, dengan membuat kunjungan tematik pada waktu-waktu perayaan tertentu dan cara komunikasi yang mudah dipahami dalam menjelaskan sejarah dari objek-objek kunjungan. Pengelola program Surabaya Heritage Track juga memastikan informasi-informasi yang diberikan terkait masing-masing objek adalah benar dan telah dikonfirmasi dengan pihak-pihak lainnya, seperti akademisi, ahli sejarah, dan masyarakat lokal sekitar, hal ini dilakukan agar nilai utama dari wisata *heritage* yang bertujuan untuk memberikan informasi atau cerita dibalik suatu objek sejarah atau warisan budaya tersebut memang asli. Pelatihan kepada *guide* juga diberikan untuk dapat memastikan kelancaran program, dan para *guide* juga diberikan waktu untuk mempelajari materi baru untuk persiapan setiap program tematik baru yang akan dibuat oleh pengelola. Pengembangan wisata *heritage* juga mempertimbangkan keberlangsungan dari bangunan-bangunan yang digunakan sebagai objek wisata itu sendiri. Pengelola program Surabaya Heritage Track berhasil meyakinkan kepada masyarakat lokal dan juga pengelola bangunan-bangunan bersejarah tersebut bahwa dengan adanya pengembangan pariwisata, kesadaran akan pentingnya nilai sejarah dari sebuah objek itu juga akan muncul. Pengelola program Surabaya Heritage Track juga ikut mendampingi proses restorasi beberapa

bangunan bersejarah tersebut agar lebih layak ketika dikunjungi wisatawan dan dapat difungsikan kembali, tetapi tetap mempertahankan nilai-nilai sejarah serta warisan budaya yang ada

## 2. Peran Program Surabaya Heritage Track dalam Meningkatkan Citra Destinasi

Program Surabaya Heritage Track dapat mendorong persepsi wisatawan dengan memberikan pengalaman secara langsung dan menunjukkan aspek *tangible* dari wisata *heritage* itu sendiri. Proses pengelolaan informasi dari awal mengenai citra destinasi Kota Surabaya sebagai Kota Pahlawan awalnya masih dianggap kurang dapat mewakili semua sektor dari kota tersebut, dengan adanya program Surabaya Heritage Track yang memiliki konsep wisata *heritage* dan menawarkan kunjungan ke objek-objek yang menjadi lokasi peristiwa-peristiwa bersejarah di Kota Surabaya, wisatawan dapat mengevaluasi ulang persepsi yang mereka miliki terhadap citra destinasi tersebut. Informasi citra destinasi secara primer dibentuk dengan memberikan pengalaman berbeda dalam berwisata, seperti interpretasi sejarah dari masing-masing objek kunjungan dan menyediakan sarana transportasi unik yang terinspirasi dari kereta tram. Sumber informasi sekunder diperoleh melalui penyebaran informasi melalui media *word-of-mouth* yang dapat memberikan dampak lebih kuat dalam proses pembuatan keputusan wisatawan. Metode ini juga digunakan karena terbatasnya biaya dalam sistem promosi dari program itu sendiri, dengan mendorong wisatawan yang telah berkunjung untuk dapat membagikan pengalaman mereka dan ikut mengajak orang terdekat mereka untuk dapat mencoba secara langsung tur tersebut.

## Saran

Saran yang diberikan sebagai berikut:

### 1. Aspek Praktis

- a. Bagi Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Timur dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya, peneliti menyarankan agar dapat mendorong masyarakat lokal dan pengelola objek-objek sejarah lainnya untuk dapat meningkatkan kesadaran mengenai fungsi pengembangan pariwisata dalam

- memanfaatkan bangunan-bangunan bersejarah dan juga bentuk edukasi sejarah yang menarik bagi setiap golongan.
- b. Peneliti juga menyarankan untuk Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya untuk membantu dalam mempromosikan jenis wisata *heritage* kepada wisatawan mancanegara sebagai daya tarik wisata Kota Surabaya yang sesuai dengan citra destinasi Kota Surabaya sebagai Kota Pahlawan
  - c. Peneliti juga menyarankan untuk pengelola objek atau bangunan bersejarah untuk dapat menjaga kondisi atau bangunan-bangunan tersebut dan menyadari potensinya sebagai sebuah daya tarik wisata, sehingga dapat membantu juga dalam proses restorasi kedepannya.
  - d. Bagi pengelola program Surabaya Heritage Track, peneliti menyarankan untuk dapat memasarkan program tersebut dengan memanfaatkan media sosial yang ada. Biaya yang diperlukan untuk pemasaran program tersebut dapat dikurangi dengan memanfaatkan penyebaran informasi yang cepat melalui media sosial. Berikutnya, pengelolaan program ini juga dapat diajarkan kepada masyarakat lokal agar nantinya komunitas-komunitas lokal dapat mengembangkakan wisata *heritage* secara mandiri di daerahnya masing-masing, dengan melakukan seminar ataupun pelatihan kepada masyarakat lokal mengenai proses pengelolaan dan cara pengemasan produk wisata yang menarik bagi wisatawan
  - e. Pengelola bisa mengembangkan masing-masing tema tur yang dimiliki dengan memberikan kesempatan interaksi yang lebih banyak lagi kepada wisatawan ketika mengunjungi objek-objek bersejarah tersebut. Penambahan durasi dari tur bisa menjadi salah satu cara yang paling mudah dilakukan tanpa harus mengatur ulang tiap tur tersebut dari awal
2. Aspek Akademis
    - a. Peneliti lainnya dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai data yang dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan wisata *heritage* dan juga pengembangan *heritage trail*.

- b. Peneliti lainnya dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai referensi dalam meneliti mengenai citra destinasi dan juga proses pengembangannya pada persepsi wisatawan sebelum mengunjungi sebuah destinasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arsenault, N., Davar C., and Lucier T. 2010. *Edge of the Wedge: Transform Your Bussiness with Experiential Travel*. The Course Training Manual of the Gros Morne Institute of Sustainable Travel
- Creswell, John W. 2013. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Hariyadi, R. dan Soedihardjo, R., 2002. *Wisata Mudik Nusantara*. Jakarta: Forumtek Indomitr
- Lopes, Sergio. 2011. *Destination Image: Origin, Development and Implications*. PASOS. Volume 9, No. 2, Page 305-31
- Sonnleitner, K. 2011. *Destination Image and its Effects on Marketing and Branding a Tourist Destination*. Saarbrücken: Lambert Academy Publishing
- Stokes, Watson, and Mastran, 1997, *Saving America Countryside: A Guide to Rural Conservation*, JHU Press
- Timothy, J. D. and S. W, Boyd. 2003. *Heritage Tourism*. Essex: Pearson Education
- Wearing, S. & Archer, D. 2002. *Challenging Interpretation To Discover More Exclusive Models : The Case Of Adventure Tour Guiding*. World Leisure Journal, 44 (3), 43-53
- Yoeti, Oka A. 2005. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: Pradnya Paramita