

Model Edutorisme : Pengelolaan Integrasi Pendidikan dan Rekreasi Meningkatkan Daya Tarik di Kawasan Wisata Tugu Pahlawan Surabaya

Yoseph Agung Priyo Widodo¹, Damiasih², Isdarmanto³

¹⁻³ Program Studi Pariwisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Ambarrukmo
Yogyakarta, Indonesia

Email: sriemaria76@gmail.com¹, damiasih@stipram.ac.id², isdarmanto@stipram.ac.id³

Alamat: Jl. Ahmad Yani, Ring Road Timur 52B, Modalan, Banguntapan, Bantul, DIY (55198)

Korespondensi penulis: sriemaria76@gmail.com

Abstract. This article describes an edutourism model that integrates management between tourism areas and education as a strategy to increase the attractiveness of potential tourists. The Tugu Pahlawan area of Surabaya City needs to develop an edutourism concept with the aim of maintaining cultural heritage, namely remembering the history of the struggle, and also needs to be an educational medium for visitors. Both of these things must go hand in hand to increase public interest, especially cultural innovation and entertainment. The purpose of this study is to apply the concept of edutourism and management of the Tugu Pahlawan area so that it becomes an object of historical education and entertainment tourism. The concept used in this study is edutorism using strategies from the results of the SWOT analysis used to explore potential and formulate programs. The method used is quantitative with a descriptive approach by collecting primary and secondary data. The results of this study are the potential for why development needs to be carried out, namely physical and non-physical potential. Physical in the form of buildings, objects and monuments that can be seen while non-physical are the values contained in the physical. In addition, non-physical also includes activities to attract potential tourists such as music, classical drama, bazaars and other education. The potential analyzed becomes a SWOT matrix which is used for the next formulation. SWOT produces development strategies in management management such as planning, implementation, supervision and evaluation monitoring.

Keywords: Tourism, Edutourism, History.

Abstrak. Artikel ini mendiskripsikan model *edutourism* yang mengintegrasikan pengelolaan antara kawasan wisata dengan pendidikan sebagai strategi meningkatkan daya tarik calon wisatawan. Kawasan Tugu Pahlawan Kota Surabaya perlu mengembangkan konsep *edutourism* dengan tujuan mempertahankan warisan budaya yaitu mengenang sejarah perjuangan juga perlu menjadikan media edukasi bagi pengunjung. Kedua hal tersebut harus berjalan bersamaan sehingga meningkatkan minat masyarakat terutama inovasi budaya dan hiburan. Tujuan penelitian ini menerapkan konsep *edutourism* dan pengelolaan Kawasan Tugu Pahlawan sehingga menjadi obyek wisata pendidikan sejarah dan hiburan. Konsep yang digunakan pada penelitian ini adalah *edutourism* menggunakan strategi-strategi dari hasil analisis SWOT yang digunakan mengali potensi dan perumusan program. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskripsif dengan mengumpulkan data primer dan skunder. Hasil penelitian ini adalah adanya potensi mengapa perlu dilakukan pengembangan yaitu potensi fisik dan non fisik. Fisik berupa bangunan, benda dan monument yang dapat dilihat sedangkan non fisi adalah nilai-nilai terkandung dari fisik. Selain itu non fisik juga berupa kegiatan-kegiatan untuk menarik calon wisatawan seperti musik, drama klasikal, bazar dan pendidikan lainnya. Potensi yang dianalisis menjadi matrik SWOT yang digunakan untuk perumusan berikutnya. SWOT menghasilkan strategi-strategi pengembangan dalam manajemen pengelolaan seperti perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan evaluasi monitoring.

Kata kunci: Pariwisata, Edutourism, Sejarah.

1. LATAR BELAKANG

Kawasan Tugu Pahlawan merupakan obyek wisata bersejarah Kota Surabaya, yang didirikan bertahap untuk memperingati pertempuran mempertahankan kemerdekaan di Surabaya yang disebut Pertempuran 10 November. Kawasan wisata pada umumnya memiliki

potensi jika dikelola dengan baik bagi pemerintah daerah, masyarakat dan pertumbuhan ekonomi lokal. Potensi tersebut adalah tempat pendidikan sejarah dan kearifan lokal (Nurany et al., 2023); peningkatan Pendapatan Asli Daerah (Ismail, 2020); pertumbuhan perekonomian nasional (Mun, 2022); obyek wisata pembelajaran sejarah dan rekreasi (Wijayanti, 2020) serta pemberdayaan masyarakat sehingga meningkatkan perekonomian lokal (Hartono et al., 2023). Selain itu Kawasan Tugu Pahlawan menggambarkan kekayaan, budaya dan perjuangan yang perlu dipertahankan dan dikembangkan. Kekayaan alam, budaya, sejarah dan keragaman suku merupakan potensi Indonesia menjadikan kawasan belajar dan wisata dengan model edutourisme (Wahdah et al., 2024).

Pariwisata menghadapi selalu menghadapi tantangan dengan pengaruh globalisasi pariwisata sehingga membentuk persaingan antar destinasi wisata semakin beragam atau homogen. Masyarakat menilai bahwa peningkatan dan penurunan pariwisata menyebabkan dari kerusakan alam, budaya, dan lanskap bangunan sehingga kehilangan nilai pada obyek wisata tersebut. Pariwisata sejarah yang dikelola pemerintah cenderung berupa gedung kuno, situs bersejarah maupun monumen peringatan, museum nasional, dan cagar alam. Namun situs pariwisata terbengkalai dari pelanggan dan menghasilkan semakin sedikit keuntungan karena menurunkan daya tarik dan minat masyarakat berkunjung (Pranoto, 2023). Jika dikelola dengan baik dengan promosi Wisata *Heritage* melalui berbagai Media Sosial, Komunitas masyarakat dan kegiatan atau festival maka meningkatkan daya tarik sekaligus menjadi budaya, warisan sejarah untuk generasi selanjutnya. Potensi dan permasalahan yang muncul pada pariwisata bersejarah dapat diatasi dengan strategi pembangunan dengan konsep *edutourisme* sehingga meningkatkan daya tarik dan minat masyarakat.

Mengkonstruksikan konsep edukasi pada pariwisata bersejarah sangat penting melalui berbagai strategi pengembangan obyek wisata yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Oleh karena itu terbentuk *edutourism* yaitu suatu obyek wisata dengan nilai sejarah dan keunikan sebagai tempat kegiatan pembelajaran non formal dengan memberikan kepuasan pengetahuan wisatawan (Priyanto et al., 2018). Pengembangan eduwisata ini diharapkan meningkatkan daya tarik masyarakat atau wisatawan untuk berkunjung dan minat mengenal sejarah yang terkandung dalam wisata tersebut. Pengembangan obyek wisata dibutuhkan inovasi dan strategis untuk melengkapi fasilitas obyek wisata dan menarik calon wisatawan (De Prito et al., 2021). Kolaborasi antara konsep pendidikan dengan obyek wisata sejarah berpotensi mengenalkan sejarah dan kearifan lokal (Nurany et al., 2023). Oleh karena itu, konsep ini untuk melihat kawasan Tugu Pahlawan Surabaya potensi apa dan bagaimana pengembangannya menjadikan obyek wisata ini tidak hanya sebagai rekreasi namun sebagai bagian pendidikan.

Pengelola obyek wisata sejarah perlu membentuk inovasi sebagai daya tarik wisatawan sehingga dapat edukasi sejarah dengan beberapa fasilitas. Persoalan tentang degradasi nilai dan fungsi tempat bersejarah mempengaruhi minat pengunjung terhadap wisata berbasis sejarah (Adi & Saputro, 2017). Oleh karena itu, pengembangan obyek wisata dibutuhkan inovasi dan strategis untuk menarik calon wisatawan (De Prito et al., 2021). Sutisno, A.N (2018) menawarkan konsep edukasi dalam wisata sebagai langkah inovasi dan karakter pengetahuan (Sutisno A H, 2018). Selain itu diperlukan pengetahuan mengenai pariwisata untuk memahami potensi dan pengelolaan kekayaan dan potensi pariwisata (Damiasih, 2023). Inovasi adalah kunci dari pengembangan pariwisata sehingga calon pengunjung mengetahui hal yang menarik, terbaru dan kreatif serta tidak monoton. Beberapa inovasi yang harus dilakukan dengan berpedoman pada pengelolaan destinasi pariwisata berkelanjutan; pemanfaatan ekonomi untuk masyarakat lokal; pelestarian budaya bagi masyarakat dan pengunjung; pelestarian lingkungan. Jika dikelola dengan baik dan meningkatkan daya tarik dan minat maka akan berpeluang untuk berkembang baik perekonomian sekitar, pendapatan daerah, terberdayanya Masyarakat lokal.

Penelitian obyek wisata sejarah ini belum ada yang meneliti sebelumnya karena strategi dan upaya meningkatkan daya tarik sangatlah beragam. Penelitian Silitonga, S.S.M dan I Putu Anom (2016) mengembangkan pariwisata dengan Teori Pariwisata 4A yaitu: atraksi, aksesibilitas, amenitas, ancillaries dan membahas secara umum (Silitonga & Anom, 2016). Aristyawan, (2021) meneliti pengembangan dan daya tarik dengan strategi Strategi Promosi Wisata Heritage melalui Media Sosial, Komunitas dan *Event* (Aristyawan, 2021). Nenggala (2017) meneliti pengembangan daya tarik dengan meningkatkan promosi, meningkatkan sarana dan prasarana, festival (Nenggala, 2017). Dari penelitian terdahulu belum menemukan satu pun yang menggunakan strategi eduwisata pada obyek wisata bersejarah sebagai upaya meningkatkan daya tarik. Oleh karena itu, ini merupakan *research gap* sekaligus pembeda kajian penelitian terdahulu yang belum diteliti.

2. KAJIAN TEORITIS

Pariwisata sebagai kegiatan ataupun aktifitas kompleks melingkupi sektor ekonomi, ekologi, politik, sosial, budaya dan keberlanjutan (Rusyidi & Fedryansah, 2018). Kegiatan pariwisata juga tidak terlepas dari peran beberapa aktor seperti masyarakat, pemerintah pusat dan daerah serta pengusaha yang berkolaborasi (Mussadad et al., 2019). Maka dari itulah Undang-Undang Kepariwisata No. 10 Tahun 2009 tidak hanya membahas sektor dan aktor

namun lebih pada pengembangan sektor pariwisata yang berkelanjutan. Hal ini dilakukan dengan menggunakan sumber daya yang ada untuk meningkatkan daya tarik calon wisatawan dan mempertahankan keberadaan obyek wisata tersebut (Choirunnisa et al., 2021). Oleh karena itu, meningkatkan daya tarik melalui berbagai inovasi terdiri dari fasilitas, benda pendukung dan nilai-nilai yang terkandung pada obyek tersebut. (Sri Widari, 2020).

Konsep yang sesuai untuk pengembangan kawasan wisata adalah model *edutourism*, yaitu suatu program yang menggabungkan unsur kegiatan rekreasi dengan muatan pendidikan (Prakoso, 2024). *Edutourism* merupakan model integrasi antara rekreasi menawarkan hiburan sekaligus pendidikan (Hasanah & Ruhimat, 2019), sehingga minat masyarakat untuk berkunjung. Model ini teruji dalam meningkatkan daya tarik masyarakat untuk berkunjung sehingga ekonomi, sosial-budaya bahkan pendidikan juga didapat dengan sekali aktifitas (Ojo & Raja Nerina Raja Yusuf, 2013). Lebih jelasnya integrasi antara pariwisata dan pendidikan (*edutourism*) membawa dampak berbagai sektor (Yfantidou & Goulmaris, 2018). Kinerja pengembangan pariwisata ditentukan oleh kolaborasi dari faktor internal dan eksternal (Indrayani Hamin et al., 2023) kedua faktor tersebut menjadi pertimbangan melalui analisis SWOT.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal yang terdiri dari peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal terdiri dari kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weaknesses*). Analisis ini dapat mengidentifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi yang diklasifikasikan, selain itu juga berdasarkan pada interaksi hubungan faktor internal dan eksetenal.

Tabel 2.2. Desian Matrik Analisis SWOT

IFAS	<i>Strenghts (S)</i> Kekuatan yang dimiliki oleh Tugu Pahlawan	<i>Weaknesses (W)</i> Kelemahan yang dimiliki oleh Tugu Pahlawan
EFAS		
<i>Opportunities (O)</i> Peluang dalam mengembangkan Kawasan Tugu Pahlawan	Strategi S-O Strategi yang digunakan untuk menggabungkan kekuatan dengan peluang	Strategi W-O Strategi peluang untuk menjadikan kelemahan sebagai peluang
<i>Threats (T)</i> Potensi tantangan yang dihadapi dan akan dihadapi kedepannya	Strategi S-T Strategi yang digunakan untuk menghadapi ancaman menggunakan kekuatan yang sudah ada	Strategi W-T Strategi mengetahui kelemahan dan ancaman baik internal maupun eksteranal

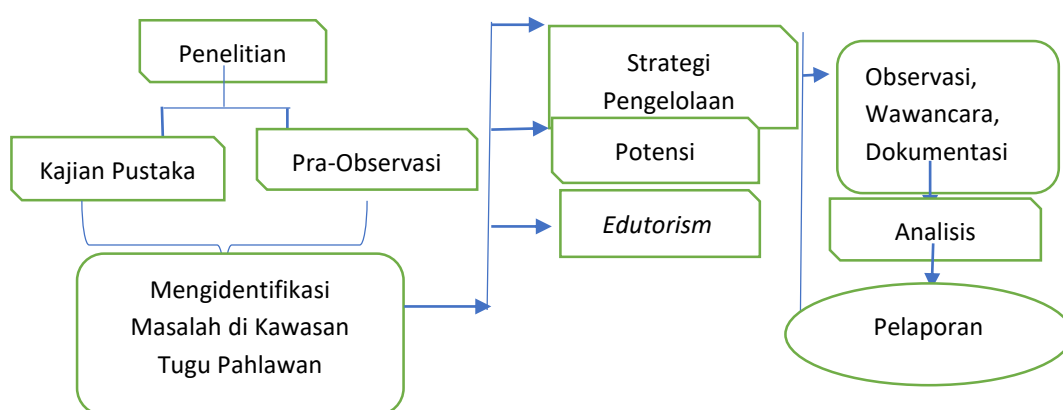
Sumber : di oleh dari (Ridani & Ardansyah, 2022)

Tabel 2.2 merupakan desain matrik SWOT yang digunakan untuk menganalisis strategi pengelolaan Kawasan Tugu Pahlawan Kota Surabaya dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Setelah mengetahui maka akan dikolaborasi masing-masih indikator tersebut menjadi strategi-strategi baru.

Melalui proses tersebut, karyawan diberikan pelatihan dan pengembangan yang relevan dengan kinerja pekerjaannya, sehingga diharapkan dapat menjalankan tanggung jawab pekerjaannya dengan sebaik - baiknya. (Abdul Aziz Sholeh et.al. 2024 :82).

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang di gunakan adalah jenis kualitatif, suatu penelitian yang ditunjukan untuk menganalisi dan mendeskripsikan penomena, peristiwa, dan pemikiran orang secara individual maupun kelompok (Hikmawati, 2020). Pendekatan penelitian adalah studi kasus dan deskriptif dengan menggambarkan fenomena kasus yang ditemukan dilapangan berupa penjelasan in terinteprestasi, kesimpulan atau pemberian argument (Duryadi, 2021). Pendekatan ini bentuk penggalian informasi pada organisasi, lembaga atau kelompok masyarakat sehingga dapat menggambarkan serta menjelaskan fenomena yang terjadi (Sahir, 2022). Oleh karena itu Penelitian ini mendeskripsikan, menganalisis dan mendalami pengembangan pariwisata menjadi edukasi wisata di Tugu Pahlawan Kota Surabaya. Langkah-langkah yang akan ditempuh oleh peneliti sebagai berikut :



Gambar 1 Bagan Prosedur Penelitian

Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan studi dokumen sedangkan dokumen yang digunakan adalah primer dan sekunder. Dalam pengumpulan data tersebut peneliti menemui informan yang berkompeten sesuai dengan pengetahuan dan dokumen yang digunakan merupakan dokumen yang relevan. Data yang terkumpul akan di analisis dengan berbagai metode yaitu member check, dengan mengecek kembali isi data yang relevan, kemudian

reduksi yaitu mengurangi data yang tidak dibutuhkan, mengklasifikasikan data dan menyajikan data dan terakhir disimpulkan dari data yang di dapat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan ini dirujuk pada data-data lapangan dan untuk menjawab rumusan masalah yang sudah di konstruksikan. Adapun rumusan masalah yang dijawab adalah pertama mengapa konsep edutourisme di terapkan Kawasan Tugu Pahlawan Surabaya dan Stretegi pengelolaan apa yang dilakukan untuk menjadikan daya tarik bagi wisatawan.

A. Edutourism: Potensi dan Integrasi Rekreasi-Pendidikan

Hasil penelitian menemukan beberapa potensi yang dimiliki Kawasan Tugu Pahlawan Kota Surabaya sehingga dikembangkan menjadi wisata pendidikan atau konsep yang terkenal adalah edutourism. Kawasan atau Komplek Tugu Pahlawan selain sebagai obyek wisata rekreasi juga dijadikan sebagai wahana pembelajaran pengenalan sejarah terutama perjuangan kemerdekaan di Surabaya yang dikenal dengan sebutan Sepuluh November. Obyek wisata dan wisata pendidikan inilah yang memiliki potensi sebagai daya tarik wisatawan, sehingga dapat dilihat tidak hanya taman dan tugu di kawasan tersebut berdiri monument lainnya serta museum Sepuluh November. Hal inilah yang disebut kolaborasi antara konsep pendidikan dengan obyek wisata dengan potensi mengenalkan sejarah dan kearifan lokal (Nurany et al., 2023).

Kawasan Tugu Pahlawan Kota Surabaya merupakan obyek wisata rekreasi dan edukasi oleh karena itu Pemerintah Kota Surabaya bersama stakeholder yaitu Dinas terkait dan UPT Tugu Pahlawan mengembangkan menjadi Kawasan Edutourism. Menurut Debrurn dan Meyer (2022) upaya pengembangan pariwisata sangat penting untuk mencapai tujuan pengembangan tersebut (Debruyne & Meyer, 2022). Hasil wawancara menyimpulkan bahwa Kawasan Tugu Pahlawan tidak hanya untuk rekreasi namun juga pendidikan terutama mengenalkan sejarah perjuangan dan meningkatkan jiwa nasionalisme wisatawan yang berkunjung. Konsep pengelolaan yang ingin dicapai adalah menjadi destinasi pariwisata melakukan aktifitas wisata (Pinanatri, 2019) dan juga penggabungan kegiatan yang bermuat pendidikan (Prakoso, 2024). Integrasi atau penggabungan wisata rekreasi dan pendidikan inilah yang disebut dengan edutourisme (Ariin, 2012).

Potensi Fisik yang dimiliki Kawasan Tugu Pahlawan adalah Monumen Tugu Pahlawan, Museum beserta koleksi Museum Sebelas November, Patung Proklamator dan monument benda lainnya. Potensi fisik yang dimiliki oleh pariwisata merupakan daya tarik berupa bangunan yang memiliki keunikan dan nilai sejarah yang terkandung didalamnya (Chebli et al., 2020). Tidak hanya potensi fisik pastinya Kawasan Tugu Pahlawan juga non fisik, yaitu sesuatu

yang melekat pada benda tersebut. Benda yang berada di Kawasan Tugu Pahlawan menyiratkan nilai dan sejarah perjuangan baik langsung peninggalan masa itu maupun benda yang dibuat untuk mengenang perjuangan tersebut. Potensi non fisik juga tergambarkan dari beberapa kegiatan yaitu drama teatrikal, festival musik, bazar dan lain sebagainya yang dibuat untuk menarik masyarakat untuk berkunjung. Dalam kegiatan tersebut menarik masyarakat mengunjungi Kawasan Tugu Pahlawan dan menyaksikan suatu hiburan yang membawakan pesan-pesan penting bahkan tidak jarang diselipkan sejarah. Hal ini dilakukan karena Pranoto, (2023) menemukan bahwa obyek wisata sejarah harus kreatif sehingga obyek wisata dan museum tidak menjadi manumén serta penyimpanan bukti sejarah saja (Pranoto, 2023).

Potensi inilah yang dikelola oleh UPT Tugu Pahlawan menjadikan daya tarik meningkatkan motivasi dan minat masyarakat untuk berkunjung. Dari Kesimpulan potensi tersebut segala aspek sudah dianalisis melalui fisik dan non fisik sehingga memenuhi 4 indikator ini (Savira et al., 2022). Indikator yang dimaksud adalah adanya daya tarik bangunan, budaya, sosial, atraksi yang ditawarkan kepada masyarakat. Sehingga memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai obyek wisata Tugu Pahlawan ini, bahkan Ayuningtyas (2022) menekankan melalui konsep wisata edukasi menumbuhkan perasaan hormat, nasionalisme dan cinta sejarah serta melestarikan peninggalan sejarah. (Ayuningtyas, 2022).

B. Pengelolaan Edutourism

UPT Tugu Pahlawan dalam melakukan pengelolaan Kawasan Tugu Pahlawan berbasis edutourism dengan melibatkan *stakeholder* dan analisis SWOT untuk menentukan strategi kebijakan yang dilakukan.

1. Keterlibatan stakeholder

UPT Tugu Pahlawan melibatkan Dinas terkait di Kota Surabaya, kelompok masyarakat dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) dalam melakukan perencanaan serta kolaborasi kegiatan-kegiatan setiap tahunnya. Hal ini sangat tepat, bahwa pemerintah membuka diri kepada publik dalam menyelenggarakan kegiatan sehingga setiap keputusan dan rencana yang diambil sesuai dengan kebutuhan dan melibatkan partisipasi dari beberapa golongan.

2. Analisis SWOT

Melakukan perencanaan tahunan pengelola Kawasan Tugu Pahlawan pastinya melakukan berbagai analisis untuk mengetahui posisi atau standing position sehingga dapat mengambil keputusan kedepannya. Analisis yang digunakan adalah SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats). Dalam kegiatan SWOT dihasilkan tabel 4.1 pada hasil penelitian yang menggambarkan kesimpulan yang disebut Internal Strategic Factor Analysis

Summary (IFAS) dan Eksternal Strategic Factor Analysis Summary (EFAS). Adapun analisis strategi-strategi yang muncul setelah SWOT yaitu Strategi S-O, WO, ST, W-T, yaitu mengembangkan ikon perjuangan yang lebih estetik bernuansa rekreasi dengan merevitalisasi sarana prasarana, melakukan Kerjasama dengan *stakeholder*, membuka peluang ekonomi kreatif dilingkungan Kawasan, menyediakan acara hiburan sesuai kebutuhan terkini.

Strategi digunakan sebagai keputusan unik yang didasari dengan analisis internal dan eksternal untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara terukur (Suherman, 2022). Dari kegiatan SWOT yang dilakukan UPT Tugu Pahlawan ini merupakan proses mengetahui setiap kebutuhan mendatang dengan melihat kekuatan yang dimiliki dan kelemahan sehingga dapat merumuskan program lebih baik kedepannya.

3. Strategi *Edutourism* dalam mengelola Tugu Pahlawan

Hasil penelitian dipaparkan sebelumnya komitmen pemerintah melalui UPT terkait untuk menjadikan Kawasan Tugu Pahlawan beberapa upaya sudah dilakukan dan akan ditingkatkan. Pertama menambahkan monumen, buku dan situs perjuangan lainnya untuk menambah koleksi musiem atau Kawasan Tugu pada umumnya. Instrumen yang disebutkan sebelumnya adalah sarana atau media pendidikan dan pemeliharaan benda-benda museum. Menampilkan suara pada Museum Sepuluh Nopember Surabaya salah satunya suara pidato Bung Tomo yang berkobar-kobar membakar semangat juang *arek-arek Suroboyo*. Selain rekaman juga terdapat peninggalan Bung Tomo lainnya yaitu senjata perang otomatis.

Posisi Indonesia dengan berbagai sejarah dan keanekaragaman yang dimiliki menjadikan obyek wisata menjadi wisata edukasi ini sangat tepat (Wahdah et al., 2024). Sehingga aktifitas seseorang tidak hanya pada perjalanan rekreasi namun juga melakukan proses pendidikan (Healy & Carvao, 2016), terutama sejarah dan peradaban dimasa lalu. Selain pengelola menyediakan benda fisik juga non fisik seperti kegiatan festival lainnya yang sebenarnya tidak langsung berpengaruh pada tujuan pengelola Tugu pahlawan tersebut. Namun demikian bagian dari marketing melakukan promosi di Kawasan Tugu Pahlawan. Upaya-upaya ini lah yang disebut dengan edukasi wisata atau edutourism (M. M. Goyal, 2014).

Pengelola Kawasan Tugu Pahlawan melalui UPT terkait melakukan pendekatan dan inovasi setiap tahunnya melalui program-program *ter-update*. Kegiatan musik dan drama-drama kemudian bazar atau kegiatan lain adalah produk yang dibuat dan dikembangkan oleh pengelola untuk menarik wisatawan berkunjung. Apa yang dilakukan pengelola ini menurut Mussadad et al., (2019) adalah upaya mengembangkan produk buatan wisata

(Mussadad et al., 2019), karena obyek wisata memerlukan inovasi dan strategi menarik masyarakat berkunjung (De Prito et al., 2021). Salah satu cara pengembangan dan inovasi tersebut menjadikan angkah edutourism pada obyek wisata bersejarah (Sutisno A H, 2018).

4. Strategi Pengelolaan Kawasan Tugu Pahlawan

Upaya melakukan pengelolaan ada beberapa proses yang dilakukan oleh pengelola yaitu proses manajemen strategis dan strategi manajemen. Proses manajemen strategis ini meliputi pemantauan lingkungan internal dan eksternal melalui analisis SWOT, perumusan strategi, dan implementasi strategi . analisis SWOT dan Perumusan strategi ini untuk mencari strategi yang sesuai dari hasil analisis SWOT yang sudah ditemukan. Berbagai program kolaborasi dan kebijakan adalah bentuk hasil dari Keputusan yang menggambarkan analisis internal dan lingkungan tersebut.

Kegiatan implementasi strategi adalah menerapkan strategi-strategi yang dipilih untuk melekat pada setiap pelaksanaan program dan berorientasi pada lingkungan serta tujuan yang sudah ditetapkan. Pastinya implementasi ini melekat inovasi dan kreatifitas sehingga mampu menyesuaikan perubahan lingkungan masyarakat. Implementasi ini melekat pada perencanaan, kegiatan dan hasil perencanaan pastinya juga memerlukan strategi ada ukuran yang sistematis dan terukur. Kemudian strategi pelaksanaan, diharapkan tidak hanya dilakukan namun juga memerlukan strategi khusus ketika program-program dijalankan.

Strategi pengawasan, diharapkan ada pengawasan dalam setiap kegiatan baik perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Hal ini dilakukan untuk menjamin bahwa segala tahapan terlaksana dengan baik dan terhindar dari penyimpangan.

Memilih merupakan bagian dari suatu upaya pemecahan sekaligus sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu dibutuhkan keputusan pembelian yang tepat (Kristiawati Indriana et.al. 2019 : 28).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini ada berapa untuk menjawab rumusan masalah yang sudah dikonstruksikan sebagai berikut:

1. Mengapa diperlukan pengembangan Kawasan Tugu Pahlawan menjadi kawasan edutourism, karena ditemukan potensi-potensi di Kawasan Tugu Pahlawan. Potensi ini diklasifikasikan menjadi 3 (dua) yaitu potensi fisik dan non fisik. Potensi fisik adalah benda atau bangunan

yang berada di Kawasan Tugu baik otentik dari peninggalan sejarah maupun buatan yang merefleksikan sejarah masa lalu. Sebagai contoh non fisik adalah Tugu, patung proklamator dan museum serta arsip lainnya untuk mengenai perjuangan pertempuran Sepuluh November. Sedangkan non fisik adalah nilai-nilai yang terkandung dalam suasana perjuangan yang diabadikan dalam non fisik berupa suara rekaman atau film bahkan teater atau festival. Selain itu, potensi juga muncul ketika dilakukan analisis SWOT yaitu memiliki kekuatan internal dan eksternal seperti keuangan, sumber daya manusia, struktur organisasi, terafiliasi dengan pemerintah, lokasi yang strategis, kerjasama, peraturan pemerintah dan asset Kawasan Tugu Pahlawan. Dari potensi-potensi inilah yang kemudian dilakukan perumusan program melalui tahapan manajemen strategis pada pengelolaan Kawasan Tugu Pahlawan.

2. Bagaimana strategi dalam mengelola Kawasan Tugu Pahlawan menjadi edutorisme. Pertama adalah strategi pengelolaan menjadikan edutourism Kawasan Tugu Pahlawan dalam upaya meningkatkan daya tarik. Strategi yang dilakukan adalah pengelolaan internal, yaitu strategi perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan monitoring evaluasi. Hal ini dilakukan untuk memperkuat manajemen kelembagaan untuk merumuskan sekaligus menjalankan program dan memastikan berjalan dengan baik tanpa adanya penyimpangan. Kedua adalah merumuskan kebijakan dan program berdasarkan hasil dari SWOT dengan menggunakan inovasi dan kreatifitas memastikan kepurusan tersebut dibutuhkan masyarakat dan *trend* pada saat ini.

Pengelola tidak selalu mengandalkan potensi fisik dan non fisik untuk meningkatkan minat masyarakat berkunjung ke Tugu Pahlawan. Namun beberapa agenda program dilakukan salah satunya adalah untuk menarik masyarakat masuk, menikmati dan belajar secara tidak langsung ke Kawasan Tugu Pahlawan. Sebagai contoh mengadakan festival musik, Bazar malam, drama teatikal, jalan sehat dan lain sebagainya. Dengan adanya hal tersebut selama ini dianggap berhasil menarik masyarakat untuk berkunjung di Kawasan Tugu Pahlawan, sehingga tujuan pengelola sedikit banyak tercapai. Tujuannya adalah mengenalkan sejarah perjuangan mempertahankan kemerdekaan di Kota Surabaya dikenal dengan Pertempuran Sepuluh November. Selain itu, menjadikan Kawasan menjadi edutourisme sehingga menekankan pada rekreasi dan proses belajar serta menjaga peninggalan sejarah agar terpelihara.

B. Saran

Saran peneliti setelah melakukan penelitian ini terdiri dari berbagai tujuan yaitu:

1. Pengelolaan Kawasan Tugu Pahlawan yang didasarkan konsep *edutorisme* dikarenakan dua hal yaitu potensi yang dimiliki dan meningkatkan kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, salah satu temuan yang tidak dilakukan adalah mengevaluasi kepuasan wisatawan bertahan termasuk berapa kali mereka berkunjung ke Kawasan tersebut. Hal ini untuk mengetahui dan merumuskan daya tarik selanjutnya, mengingkat *trend* atau kecenderungan kebutuhan wisatawan selalu berubah-ubah. Analisi pengembangan bukan hanya pada potensi namun kebutuhan wisatawan sehingga lebih efektif meningkatkan minat masyarakat berkunjung.
2. Strategi pengelolaan pada Kawasan Tugu Pahlawan masih pada kegiatan di lokasi, sedangkan promosi atau marketing belum dimaksimalkan, hal ini dirasakan peneliti kesulitan mencari informasi di media online. Diperlukan seluruh platform media digunakan secara maksimal seperti Tiktok, Instagram, youtube dan sebagainya. Hal ini selain menjadikan promosi juga mengubah mindset masyarakat mengenai Kawasan Tugu Pahlawan.
3. Keterbatasan pada penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder yang terbatas, peneliti memahami bahwa sistem birokrasi di pemerintahan belum sepenuhnya terbuka. Oleh karena itu, penelitian ini cukup membahas belum mendalam, hanya sebatas temuan dan menganalisis. Harapannya peneliti setelahnya dapat meneruskan dengan pembahasan yang serupa namun menggunakan sudut pandang berbeda.

DAFTAR REFERENSI

- Adi, S. W., & Saputro, E. P. (2017). Potensi daya tarik wisata sejarah budaya. Dalam Perkembangan Konsep dan Riset E-Business di Indonesia (hlm. 744–751). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
<https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/handle/11617/9036>
- Astuti, P. D., & Yasa, N. N. K. (2013). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening pada pelanggan sepeda motor Honda di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(2), 116–123.
- Dewi, G. A. A. O., Yasa, N. N. K., & Giantari, I. G. A. (2021). Peran mediasi citra merek dan kepuasan pelanggan pada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan. *E-Jurnal Manajemen*, 10(6), 660–675.
- Firmansyah, R. (2020). Pengaruh kualitas layanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(2), 275–280.
<https://doi.org/10.32493/jurnalekonomieftif.v3i2.5956>

- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein, U. (2003). Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis (Edisi 2). PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen pemasaran jasa (Edisi 3). Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2014). Manajemen pemasaran jasa (Edisi 4). Salemba Empat.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sutisna. (2002). Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran. PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi pemasaran (Edisi 4). Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, quality, & satisfaction (Edisi 3). Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2003). Total quality management. Andi.
- Wijayanti, F., & Astuti, B. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada PT. Rahayu Santosa. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 15(1), 1–15. <https://doi.org/10.31851/jieb.v15i1.2397>