

STRATEGI DAYA TARIK WISATA MEMORIAL JEMBATAN MERAH SURABAYA

I Nyoman Lokajaya¹, Ida Aju Brahmasari², Anis Eliyana³
lokajaya@untag-sby.ac.id¹, brahmasari@untag-sby.ac.id²
Fakultas Teknik¹, Fakultas Ekonomi^{2,3}
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah (1) Mengidentifikasi memorial yang berhubungan dengan peristiwa Jembatan Merah Surabaya sebagai pemicu pertempuran 10 Nopember 1945, (2) Menghasilkan strategi daya tarik wisata memorial Jembatan Merah Surabaya. Metode yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi, yang tidak menempatkan obyektivitas sebagai hal yang penting, melainkan lebih mementingkan kedalaman pemahaman secara subyektif melalui pengetahuan informan. Sehingga menghasilkan strategi daya tarik wisata memorial Jembatan Merah Surabaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Surabaya. Hasil yang didapat adalah (1) Didapatkan 31 cagar budaya sebagai memorial pemicu pertempuran 10 Nopember 1945, yang terdiri dari 11 bangunan, 11 situs dan 9 lingkungan tempat puncak perjuangan heroik arek-arek Suroboyo dan berhasil menewaskan Brigadir Jenderal Mallaby di wilayah sekitar situs Jembatan Merah, (2) Strategi daya tarik wisata memorial Jembatan Merah Surabaya adalah : a. Pengenalan dan Promosi kawasan cagar budaya situs peninggalan sejarah (built heritages sites) Jembatan Merah Surabaya melalui Tourism Information Center (TIC), b. Menanamkan nilai-nilai sejarah Surabaya yang heroik melalui wisata memorial, c. Pemeliharaan cagar budaya yang ada, d. Mengadakan event wisata sungai sejarah dengan rute dari Jembatan Petekan sampai Jembatan Pemuda (dekat Gubeng Pojok). Rute ini mengenang puncak perjuangan heroik arek-arek Suroboyo pada perjuangan 10 Nopember 1945 dan tempat tewasnya Brigadir Jenderal Mallaby.

Kata kunci: wisata memorial, Jembatan Merah Surabaya, fenomenologi

Abstract

The objectives of this study are (1) to identify memorials related to the events of Jembatan Merah Surabaya as triggers of the November 10 1945 battle, (2) to produce the Jembatan Merah Surabaya memorial tourist attraction strategy. The method used is a phenomenological approach, which does not place objectivity as important, but rather emphasizes the depth of understanding subjectively through knowledge of informants. So as to produce a tourist attraction strategy of the Jembatan Merah Surabaya memorial to increase the number of tourist visits to Surabaya City. The results obtained were (1) There were 31 cultural reserves as a memorial that triggered the battle of November 10, 1945, which consisted of 11 buildings, 11 sites and 9 neighborhoods at the peak of the heroic struggle of the people of Surabaya and successfully killed Brigadier General Mallaby in the area around the Jembatan Merah site, (2) The strategy of memorial attraction for Jembatan Merah Surabaya is: a. Introduction and Promotion of built heritages sites Jembatan Merah Surabaya through the Tourism Information Center (TIC), b. Embed Surabaya's heroic historical values through memorial tours, c. Preserving existing cultural preservation, d. Hold a historical river tour event with routes from Petekan Bridge to Pemuda Bridge (near Gubeng Pojok). This route commemorates the peak of Arek-arek Suroboyo's heroic struggle in the struggle of November 10, 1945 and the place where Brigadier General Mallaby was killed.

Keywords: memorial tour, Jembatan Merah Surabaya, phenomenology

Pendahuluan

Latar Belakang

Pariwisata saat ini sangat berperan untuk pengembangan ekonomi masyarakat di dunia (*World Economic Forum*, 2013:5). Salah satu bagian yang penting bagi pembangunan kepariwisataan adalah destinasi pariwisata (UU no.10, 2009:7-8). Menurut Richardson dan Fluker (2004) destinasi wisata didefinisikan sebagai suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi selama perjalanan, dalam bentuk yang asli atau terbatas (Santi, 2015:35). Konsep destinasi wisata yang dikembangkan oleh Cooper *et al* (1998) paling tidak meliputi obyek dan daya tarik, fasilitas, mudah dicapai, layanan pendukung, kelembagaan (Sunaryo, 2013:16).

Saat ini di Kota Surabaya terdapat 20 destinasi wisata yang sering dikunjungi wisatawan (Perwali, 2017:133). Dari 20 destinasi wisata Kota Surabaya yang sering dikunjungi wisatawan tersebut termasuk kategori wisata : alam, pendidikan, sejarah, kota, budaya, religi yang juga dimiliki oleh kota-kota lain di Jawa Timur. Destinasi wisata tersebut belum menunjukkan secara khas identitas Kota Surabaya sebagai ikon Kota Pahlawan.

Salah satu kategori kegiatan wisata adalah wisata memorial. Wisata memorial adalah wisata yang memberikan hal-hal yang berhubungan tragedi manusia, perang, kematian dengan kekerasan, bencana alam dan pembantaian (Penjelasan PP no. 50, pasal 14, 2011:10-11).

Jembatan Merah Surabaya dan sekitarnya merupakan jenis destinasi wisata situs peninggalan sejarah (*built heritages sites*) yang berpotensi mempunyai daya tarik wisata memorial (*dark tourism*). Hal tersebut beralasan karena (1) Jembatan Merah Surabaya mempunyai nilai historis yang tinggi, sebagai tempat utama pertahanan *arek-arek Suroboyo* dalam perjuangan mempertahankan kemerdekaan yang lebih dikenal sebagai Peristiwa 10 Nopember 1945, (2) Menjadi tempat tewasnya Brigadir Jenderal Mallaby, yang selama perang dunia II belum pernah ada tentara sekutu berpangkat Jenderal terbunuh di tengah peperangan pada daerah yang tidak diperhitungkan sebelumnya sebagai tempat yang berbahaya seperti Kota Surabaya, serta membawa pengaruh luas di dunia internasional.

Untuk mengungkap potensi tersebut, perlu dilakukan penelitian daya tarik wisata memorial Jembatan Merah Surabaya yang dapat melengkapi daya tarik destinasi wisata di Kota Surabaya.

Metode yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi, yang tidak menempatkan obyektivitas sebagai hal yang penting, melainkan lebih mementingkan kedalaman pemahaman secara subyektif melalui pengetahuan informan. Sehingga menghasilkan strategi daya tarik wisata memorial Jembatan Merah Surabaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Surabaya.

Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah memahami dan menggali makna sedalam mungkin pengetahuan dari informan, sehingga ditemukan strategi daya tarik wisata memorial Jembatan Merah Surabaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Surabaya.

Permasalahan Penelitian

1. Memorial apa saja yang berhubungan dengan peristiwa Jembatan Merah Surabaya sebagai pemicu pertempuran 10 Nopember 1945?
2. Strategi apa yang mendukung daya tarik wisata memorial Jembatan Merah Surabaya?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah

1. Mengidentifikasi memorial yang berhubungan dengan peristiwa Jembatan Merah Surabaya sebagai pemicu pertempuran 10 Nopember 1945
2. Menghasilkan strategi yang mendukung daya tarik wisata memorial Jembatan Merah Surabaya.

Kontribusi Penelitian

1. Memberikan manfaat secara teoritis terutama yang berkaitan dengan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi, khususnya pada bidang strategi destinasi wisata sejarah (*built heritages sites*), yang menawarkan kegiatan Wisata memorial Kota Surabaya
2. Hasil penelitian dijadikan dasar untuk membuat konsep dan strategi pariwisata yang didukung oleh pendidikan dan pelatihan-pelatihan tentang kepariwisataan bagi masyarakat Kota Surabaya.
3. Bagi para pemangku kepentingan pariwisata khususnya pemerintah yang diwakili oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya serta pengusaha swasta di bidang pariwisata untuk menggali potensi destinasi wisata baru yang masih belum terungkap dan merekonstruksi program pengelolaan pariwisata
4. Masukan bagi para pemerhati lingkungan, lembaga swadaya masyarakat dan penggiat pariwisata sebagai acuan dalam pendampingan jalannya pengembangan pariwisata di Kota Surabaya

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan serangkaian dua perkataan terdiri dari kata Manajemen dan Strategi yang masing-masing memiliki pengertian tersendiri, yang dirangkai menjadi satu terminologi dengan memiliki pengertian baru.

Salah satu pengertian manajemen strategi adalah proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh anggota di dalam suatu organisasi, untuk mencapai tujuannya. (Nawawi, 2000:48)

Menurut Hunger dan Wheelen (2003:27), manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, yang meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi (perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, dan evaluasi dan pengendalian. Menurut John A Pearce dan Richard B. Robinson, Jr, manajemen strategi adalah kumpulan keputusan dan tindakan yang merupakan hasil dari formulasi dan implementasi, rencana, yang didesain untuk mencapai tujuan suatu perusahaan. (Tunggal, 2009:1-3)

Pengertian lain disampaikan oleh Jauch dan Glueck (1999:6), manajemen strategi adalah sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan suatu strategi atau sejumlah strategi yang efektif untuk membantu mencapai sasaran perusahaan.

Pengertian tersebut menunjukkan manajemen strategi sebagai suatu kerangka kerja untuk menyelesaikan setiap masalah strategi di dalam perusahaan, terutama untuk persaingan, maka para manajer diajak untuk berpikir lebih kreatif atau berpikir secara strategi untuk menghasilkan pertimbangan alternatif penyelesaian masalah yang lebih teliti dan menguntungkan.

Konsep Daya Tarik Wisata

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025 pasal 14 disebutkan bahwa daya tarik wisata meliputi daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya dan daya tarik wisata hasil buatan manusia.

Dari beberapa jenis daya tarik wisata tersebut kemudian dijabarkan melalui Penjelasan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 sebagai berikut (Penjelasan Peraturan Pemerintah no. 50, pasal 14, 2011:7-11) :

1. Daya Tarik Wisata Alam

Daya tarik wisata alam adalah daya tarik wisata yang berupa keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam.

Daya tarik wisata alam, meliputi

a. Daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah perairan laut, yang berupa antara lain:

a) Bentang pesisir pantai

b) Bentang laut, baik perairan di sekitar pesisir pantai maupun lepas pantai yang menjangkau jarak tertentu yang memiliki potensi bahari

c) Kolam air dan dasar laut

b. Daya tarik wisata alam yang berbasis potensi keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam di wilayah daratan, yang berupa antara lain:

a) Pegunungan dan hutan alam/taman nasional/taman wisata alam/taman hutan raya

b) Perairan sungai dan danau

c) Perkebunan

d) Pertanian

e) Bentang alam khusus

2. Daya Tarik Wisata Budaya

Daya tarik wisata budaya adalah daya tarik wisata berupa hasil olah cipta, rasa dan karsa manusia sebagai makhluk budaya.

Daya tarik wisata budaya, meliputi:

1) Daya tarik wisata budaya yang *tangible*, yang berupa antara lain:

a) Cagar budaya, yang meliputi:

(1) Benda cagar budaya adalah benda alam dan/atau benda buatan manusia, baik bergerak maupun tidak bergerak, berupa kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagiannya, atau sisa-sisanya yang memiliki hubungan erat dengan kebudayaan dan sejarah perkembangan manusia

(2) Bangunan cagar budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang ber dinding dan/atau tidak ber dinding, dan beratap.

(3) Struktur cagar budaya adalah susunan binaan yang terbuat dari benda alam dan/atau benda buatan manusia untuk memenuhi kebutuhan ruang kegiatan yang menyatu dengan alam, sarana, dan prasarana untuk menampung kebutuhan manusia.

- (4) Situs cagar budaya adalah lokasi yang berada di darat dan/atau di air yang mengandung benda cagar budaya, bangunan cagar budaya, dan/atau struktur cagar budaya sebagai hasil kegiatan manusia atau bukti kejadian pada masa lalu.
 - (5) Kawasan cagar budaya adalah satuan ruang geografis yang memiliki 2 (dua) situs cagar budaya atau lebih yang letaknya berdekatan dan/atau memperlihatkan ciri tata ruang yang khas.
 - b) Perkampungan tradisional dengan adat dan tradisi budaya masyarakat yang khas
 - c) Museum
- 2) Daya tarik wisata budaya yang bersifat *intangible*, yang berupa antara lain:
- a) Kehidupan adat dan tradisi masyarakat dan aktifitas budaya masyarakat yang khas di suatu area/tempat
 - b) Kesenian

3. Daya Tarik Wisata Hasil Buatan Manusia

Daya tarik wisata hasil buatan manusia adalah daya tarik wisata khusus yang merupakan kreasi artifisial (*artificially created*) dan kegiatan-kegiatan manusia lainnya di luar ranah wisata alam dan wisata budaya.

Daya tarik wisata hasil buatan manusia/khusus, meliputi:

- 1) Fasilitas rekreasi dan hiburan/taman bertema, yaitu fasilitas yang berhubungan dengan motivasi untuk rekreasi, hiburan (*entertainment*) maupun penyaluran hobi
- 2) Fasilitas peristirahatan terpadu (*integrated resort*), yaitu kawasan peristirahatan dengan komponen pendukungnya yang membentuk kawasan terpadu
- 3) Fasilitas rekreasi dan olahraga

Konsep Pemasaran Pariwisata

Untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, kesenangan dan pengalaman wisatawan dibutuhkan sebuah pemasaran untuk pariwisata (Middleton, 2009). Secara konseptual, pemasaran pariwisata mempunyai makna yang lebih dalam dan luas daripada sekedar penjualan barang (*good*). Hal ini karena pemasaran pariwisata merupakan suatu sistem yang mencakup upaya dalam mengidentifikasi kebijakan dan strategi, program, serta pola-pola promosi yang hendak dipertemukan dengan sistem dan strategi pengembangan produk

Sedangkan yang dimaksud dengan pemasaran pariwisata dalam sistem kepariwisataan menurut UU No.10 Tahun 2009 adalah pemasaran pariwisata bersama, terpadu dan berkesinambungan dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan serta pemasaran yang bertanggungjawab dalam membangun citra Indonesia sebagai destinasi pariwisata yang berdaya saing (Penjelasan UU No.10, 2009:5)

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, metode penelitian yang tepat adalah metode kualitatif. Creswell (2016:4-5) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah metode untuk menggali dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan

prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari partisipan, menganalisis data secara induktif mulai dari tema-tema yang khusus ke tema-tema umum, dan menafsirkan makna data.

Riset fenomenologi merupakan rancangan penelitian yang berasal dari filsafat dan psikologi yang mendeskripsikan pengalaman kehidupan manusia tentang suatu fenomena tertentu yang dijelaskan oleh para partisipan. Penelitian ini berujung pada intisari pengalaman beberapa individu yang telah mengalami semua fenomena tersebut. (Creswell, 2016:18-19).

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kawasan cagar budaya Kota Surabaya, yaitu bangunan, situs dan lingkungan, yang menjadi fokus Perjuangan 10 Nopember 1945, terutama kawasan situs Jembatan Merah.

Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah individu sebagai informan yang memiliki pengalaman dan pengetahuan dalam obyek penelitian. Subyek yang berdasarkan pengalaman adalah pemerintah dan pemerhati wisata.

Informan dalam penelitian ini adalah:

1. Kepala Bidang Destinasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya
2. Kepala Bidang Promosi dan Pemasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surabaya,
3. Ketua Dewan Harian Daerah 45 Jawa Timur

Pemilihan informan didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

1. Informan sebagai penanggungjawab pengembangan daya tarik wisata, yaitu pemerintah Kota Surabaya
2. Informan sebagai penanggungjawab pengembangan promosi dan pemasaran, yaitu pemerintah Kota Surabaya
3. Informan sebagai pelaku dan saksi sejarah terjadinya peristiwa 10 Nopember 1945.

Kehadiran Peneliti

Penelitian kualitatif sangat diperlukan peran atau kehadiran peneliti. Peneliti adalah alat (instrumen) pengumpul data yang utama untuk menguraikan data. Peneliti mendatangi tempat yang akan dijadikan kegiatan wisata Memorial Jembatan Merah Surabaya, maka peneliti dapat melihat secara langsung fenomena di lapangan.

Secara umum kehadiran peneliti dilapangan dilakukan melalui tiga tahap, yaitu:

1. Penelitian pendahuluan yang bertujuan mengenal lapangan penelitian
2. Mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam proses penelitian
3. Evaluasi data yang bertujuan menilai data yang diperoleh di lapangan penelitian dengan kenyataan yang ada.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang mengutip dari Fatchan (2011) bahwa terdapat 3 (tiga) tahapan, sebagai berikut :

Tahap I : Penelitian Awal

1. Observasi Umum

Observasi umum yang dilakukan peneliti dimulai dari letak geografis, sejarah dan perkembangan Kota Surabaya, kejadian menjelang terjadinya pertempuran 10 Nopember

1945, serta perkembangan pariwisata Kota Surabaya. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman awal sebagai langkah untuk menentukan permasalahan penelitian.

2. Fokus dan subyek penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah memahami dan menggali makna sedalam mungkin pengetahuan dari informan sehingga ditemukan identifikasi cagar budaya sebagai memorial pemicu pertempuran 10 Nopember 1945 dan menghasilkan strategi daya tarik Wisata Memorial Jembatan Merah Surabaya, sehingga wisatawan tertarik dan jumlah kunjungan wisatawan meningkat.

Tahap II : Pengumpulan Data

3. Observasi partisipasi

Peneliti adalah alat (instrumen) pengumpul data yang utama untuk menguraikan data. Peneliti mendatangi tempat yang akan dijadikan wisata Memorial Jembatan Merah Surabaya, maka peneliti dapat melihat secara langsung fenomena di lapangan. Kehadiran peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai keharusan, pengamat, dan partisipan (*observer as partisipant*).

4. Wawancara mendalam

Pengambilan data melalui wawancara mendalam akan menggali semua masalah dalam bentuk wacana percakapan terbuka dengan kondisi yang bebas, santai, tidak tertekan, tetapi mengarah pada suatu dialog, diskusi untuk menemukan hubungan kausal antar tema atau antar substansi berdasarkan data yang telah ditemukan, dengan demikian peneliti hanya mengarah pada topik pembicaraan dan bukan mengendalikan jawaban dari informan atau subyek penelitian.

5. Kegiatan dokumentasi

Selain pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, peneliti juga melakukan kegiatan dokumentasi, berupa pengambilan photo yang berhubungan dengan penelitian ini, melalui penelusuran mendalam terhadap fakta dan fenomena dari obyek penelitian, sehingga akan ditemukan data yang bermanfaat sebagai bahan analisis dalam penelitian ini.

Tahap III : Analisis Data

6. Ikhtisar fenomenologi

Ikhtisar fenomenologi merupakan proses pembenahan kembali terhadap intensionalitas guna mengungkap makna yang ada pada suatu tindakan nyata yang menuju pada tindakan sadar atau kehendak dirinya sebagaimana kepada dunia objek yang dikehendakinya. Tahapan ikhtisar fenomenologi adalah sebagai berikut:

- a. *Bracketing* atau proses menempatkan fenomena dalam "keranjang" atau tanda kurung, dan memisahkan hal-hal yang dapat mengganggu untuk memunculkan kemurniannya
- b. *Horizontalizing* atau membandingkan dengan persepsi orang lain mengenai fenomena yang diamati, sekaligus mengoreksi atau melengkapi proses *bracketing*
- c. *Horizon* yakni proses menemukan esensi dari fenomena yang murni atau sudah terlepas dari persepsi orang lain.

7. Pemeriksaan Keabsahan Data

Pada penelitian ini, pemeriksaan keabsahan data dilakukan dengan mengikuti prosedur dari Creswell (2015:350-352), yaitu *Triangulasi*, merupakan teknik pemeriksaan keabsahan yang memanfaatkan pihak lain di luar data itu untuk keperluan pemeriksaan atau sebagai pembanding terhadap data, dengan cara:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
- b. Membandingkan persepsi informan dengan berbagai pendapat orang lain yang

- mengetahui obyek penelitian
- c. Membandingkan hasil wawancara dengan data-data yang terdapat pada media cetak, *online*, dan majalah
8. Menemukan Pemahaman Subyek Penelitian
 Pada tahap ini peneliti akan membuat daftar makna dan mengelompokkan ke dalam tema-tema, untuk mendapatkan *meaningfulness* terhadap apa saja yang mendasari konsep wisata Memorial Jembatan Merah.
9. Menyusun Proposisi Baru
 Pada tahap menemukan pemahaman subyek penelitian ini, didapatkan deskripsi rinci hasil wawancara mendalam dan analisis substansial, sehingga menemukan proposisi atau teori substansif.

Hasil Penelitian

Identifikasi Cagar Budaya Sebagai Memorial Pemicu Pertempuran 10 Nopember 1945

Hasil identifikasi memorial adalah didapatkan 31 cagar budaya memorial sebagai pemicu pertempuran 10 Nopember 1945, tempat puncak perjuangan heroik *arek-arek Suroboyo* dan berhasil menewaskan Brigadir Jenderal Mallaby di wilayah sekitar Jembatan Merah sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Identifikasi Cagar Budaya Sebagai Memorial Pemicu Pertempuran 10 Nopember 1945

No	Nama Cagar Budaya	Wilayah	Nilai Historis
1.	Bangunan		
1.	Gedung Nasional Indonesia (GNI)	Jl.Bubutan	Pembentukan Pemuda Republik Indonesia (PRI) Merancang rapat raksasa di lapangan Tambaksari
2.	Gedung Don Bosco	Jl.Tidar	Penyerahan pemerintahan Jepang dan Perlucutan senjata
3.	Rumah Tinggal Jl. Widodaren no. 1	Jl.Tidar	Pembentukan dan Markas PRI
4.	Museum Pers (Gedung Nirom)	Jl.Embong Malang	Pemancar berita radio Jawaban Gubernur Suryo menolak ultimatum Sekutu
5.	Gedung RRI Surabaya	Jl.Pemuda	Pidato Bung Tomo Rapat pemuda, pelajar
6.	Hotel Brantas	Jl.Kayon	Pertempuran
7.	Kantor Domei Jl. Pahlawan no. 28	Jl.Pahlawan	Pemancar radio pemberontakan dan kantor berita
8.	SMP/SMA Santa Maria	Jl.Darmo	Markas TRIP Pembentukan Tentara Pelajar
9.	Gedung Kenpetai (Tugu Pahlawan)	Jl.Pahlawan	Pertempuran, Markas BKR
10.	Gedung Internatio/PT. Aneka Niaga	Jl.Rajawali	Mallaby kehilangan akal
11.	Kantor Telkom Surabaya Utara	Jl.Rajawali	Tewasnya Mallaby
2.	Situs		
12.	Jembatan : Viaduct Jl. Bubutan	Jl.Bubutan	Pertempuran sengit

No	Nama Cagar Budaya	Wilayah	Nilai Historis
13.	Jembatan Merah	Jl.Rajawali	Hilangnya Brigjen Mallaby
14.	Viaduct Jl. Pahlawan	Jl.Pahlawan	Pertempuran sengit
15.	Gedung : Rumah tinggal Jl. Biliton no. 7	Jl. Biliton	Pembentukan barisan pemberontakan rakyat Indonesia dipimpin Bung Tomo
16.	Rumah Tinggal Jl. Kaliasin no. 119 (sekarang Jl. Basuki Rahmat)	Jl. Basuki Rahmat	Markas pertahanan TKR
17.	Rumah Tinggal Jl. Mawar no. 12	Jl. Mawar	Kantor KNI
18.	Hotel Yamato/Majapahit	Jl.Tunjungan	Radio Pemberontak sebagai komando pertempuran melawan Sekutu
19.	Kantor Gubernur	Jl.Pahlawan	Diatas hotel pesawat Sekutu menyebar Pamflet untuk menyerah bagi arek-arek Surabaya
20.	Pelabuhan : Tanjung Perak	Pelabuhan Tanjung Perak	Insiden dan Perobekan Bendera
21.	Pelabuhan Kalimas	Pelabuhan Kalimas	Pengibaran Merah Putih
22.	Jalan : Jl. Jakarta no. 5	Jl.Jakarta	Pembentukan TKR
3.	Lingkungan		Kontak dan Perundingan dengan Sekutu
23.	Wilayah Sekitar Tugu Pahlawan	Jl.Pahlawan	Penahanan motorboat pasukan Inggris (Sekutu)
24.	Wilayah Sekitar Gubeng Pojok	Jl.Stasiun Gubeng Lama	Pendaratan tentara Inggris atas nama Sekutu
25.	Wilayah sekitar Jembatan Merah	Jl.Rajawali	Perundingan dengan sekutu
26.	Kompleks Ujung : Lapangan Pasiran	Kodikal	Perlucutan senjata tentara Jepang
27.	Benteng Miring Al- Irsyad	Jl.KH Mas Mansyur	Perlucutan senjata tentara Jepang
28.	Ujung	Kodikal	Pertempuran sengit
29.	Tanjung Perak	Jl.Perak Timur	Tempat tawanan Jepang yang dilucuti senjatanya oleh arek-arek Surabaya
30.	Morokrembangan	Jl.Perak Barat	Pengambilalihan PAL menjadi milik RI
31.	Lapangan Tambaksari	Jl.Tambaksari	Pendaratan pasukan Sekutu

Sumber : Alrianingrum (2010:103-105) dan hasil kegiatan observasi

Tabel 1 menunjukkan 31 hasil identifikasi cagar budaya sebagai memorial pemicu pertempuran 10 Nopember 1945, yang terdiri dari 11 bangunan, 11 situs dan 9 lingkungan tempat puncak perjuangan heroik *arek-arek Suroboyo* dan berhasil menewaskan Brigadir Jenderal Mallaby di wilayah sekitar situs Jembatan Merah.

Pemahaman Subyek Penelitian

Pemahaman subyek penelitian yang mendasari konsep wisata Memorial Jembatan Merah adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Tema dan Makna

Tema	Makna
Daya tarik	<ul style="list-style-type: none"> • Kawasan cagar budaya situs peninggalan sejarah (<i>built heritages sites</i>), dengan kegiatan wisata memorial (<i>dark tourism</i>) Jembatan Merah Surabaya • Nilai sejarah yang heroik dan berhasil menewaskan Brigadir Jenderal Mallaby di wilayah sekitar situs Jembatan Merah • Cagar budaya yang terpelihara, yang terdiri dari 11 bangunan, 11 situs dan 9 lingkungan tempat puncak perjuangan heroik <i>arek-arek Suroboyo</i> • Wisata sungai yang mendukung destinasi wisata sejarah

Sumber: Data Primer, diolah (2018)

Tabel 2 menjelaskan bahwa tema daya tarik yang terdiri dari kawasan cagar budaya situs peninggalan sejarah (*built heritages sites*) dengan kegiatan wisata memorial (*dark tourism*) Jembatan Merah Surabaya, Nilai sejarah yang heroik dan berhasil menewaskan Brigadir Jenderal Mallaby di wilayah sekitar situs Jembatan Merah, Cagar budaya yang terpelihara, yang terdiri dari 11 bangunan, 11 situs dan 9 lingkungan tempat puncak perjuangan heroik *arek-arek Suroboyo*, Wisata sungai yang mendukung destinasi wisata sejarah.

Penyusunan Proposisi Baru

Berdasarkan pada pemahaman informan tentang tema daya tarik, maka dirumuskan proposisi sebagai berikut:

Proposisi :

Dengan adanya kawasan cagar budaya situs peninggalan sejarah (*built heritages sites*) Jembatan Merah Surabaya, Nilai sejarah yang heroik, Cagar budaya yang terpelihara, Wisata sungai sejarah berdampak terwujudnya daya tarik wisata Memorial Jembatan Merah

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat 31 cagar budaya sebagai memorial pemicu pertempuran 10 Nopember 1945, yang terdiri dari 11 bangunan, 11 situs dan 9 lingkungan tempat puncak perjuangan heroik *arek-arek Suroboyo* dan berhasil menewaskan Brigadir Jenderal Mallaby di wilayah sekitar situs Jembatan Merah.
2. Strategi Daya Tarik Destinasi Wisata Memorial Jembatan Merah adalah:
 - a. Pengenalan dan Promosi kawasan cagar budaya situs peninggalan sejarah (*built heritages sites*) Jembatan Merah Surabaya melalui Tourism Information Center (TIC)
 - b. Menanamkan nilai-nilai sejarah Surabaya yang heroik melalui wisata memorial
 - c. Pemeliharaan Cagar budaya yang terdiri dari 11 bangunan, 11 situs dan 9 lingkungan tempat puncak perjuangan heroik *arek-arek Suroboyo*
 - d. Mengadakan event wisata sungai sejarah, dengan rute dari Jembatan Petekan sampai Jembatan Pemuda (dekat Gubeng Pojok). Rute ini mengenang puncak perjuangan heroik *arek-arek Suroboyo* pada perjuangan 10 Nopember 1945 dan tempat tewasnya Brigadir Jenderal Mallaby.

Saran

Pariwisata lebih banyak menjual jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan yang bersifat kasat mata (*intangible*), dan karakteristik barang dan jasa sangat berbeda, oleh karena itu dibutuhkan masyarakat yang sadar wisata dan merasa memiliki destinasi wisata, sehingga setiap pengunjung yang datang dapat terlayani dengan baik dan diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang baik (*word of mouth*) pada calon pengunjung berikutnya.

Dihidupkan kembali festival kuliner Kya Kya di Kembang Jepun, agar wisatawan nusantara dan mancanegara tinggal lebih lama dan betah di sekitar destinasi, sehingga pengeluaran belanja mereka meningkat juga. Selain itu mendukung wisata sungai yang direncanakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya dengan rute perjalanan dari Jembatan Petekan sampai Jembatan Pemuda dekat Jl.Stasiun Gubeng Lama (Gubeng Pojok) dan Jl.Kayon.

Refrensi

- Alrianingrum, Septina. (2010). *Cagar Budaya Surabaya Kota Pahlawan Sebagai Sumber Belajar*, Tesis Program Studi Pendidikan Sejarah Program Pasca sarjana Universitas Sebelas Maret, Surakarta. Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/16507308.pdf>, tanggal 23 Oktober 2017
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Shepherd D., & Wanhill, S. (1998). *Tourism principles and practices (2nd ed.)*. Harlow, Addison Wesley Longman Ltd., Essex
- Creswell, John W. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih di antara Lima Pendekatan*. Edisi Indonesia, cetakan 1, Pustaka Pelajar, Yogyakarta. ISBN 978-602-229-358-3
- Creswell, John W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Edisi Indonesia, cetakan 1, Pustaka Pelajar, Yogyakarta. ISBN 978-602-229-584-6
- Fatchan. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jengjala Pustaka Utama, Surabaya.
- Hunger, J David dan Thomas L. Wheelen. (2003). *Manajemen Strategis*. Penerbit Andi, Yogyakarta
- Jauch, Lawrence R. dan William F. Glueck. (1999). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Erlangga, Jakarta
- Middleton, Victor *et al.* (2009). *Marketing in Travel and Tourism 4th Edition*, British Library.
- Nawawi, Hadari. (2000). *Manajemen Strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta
- Pemerintah Kota Surabaya. (2017). *Peraturan Walikota Surabaya Nomor 26 Tahun 2017 Tentang Rencana Kerja Pembangunan Daerah (RKPD) Kota Surabaya Tahun 2016*. Diakses dari https://jdih.surabaya.go.id/pdfdoc/perwali_1925.pdf, tanggal 26 Agustus 2018

- Presiden Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*. Diakses dari http://ekowisata.org/wp-content/uploads/2011/11/UU_10_2009, tanggal 10 April 2017
- Presiden Republik Indonesia. (2011). *Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional Tahun 2010 – 2025*. Diakses dari <https://www.bphn.go.id/data/documents/11pp050.pdf>, tanggal 4 Oktober 2017
- Richardson, John I and Martin Fluker. (2004). *Understanding and Managing Tourism*. Australia: person Education Australia, NSW Australia.
- Santi, Ira Nuriya. (2015). *Model Strategi Daya Saing Destinasi Wisata Pantai Tanjung Karang, Donggala, Provinsi Sulawesi Tengah*, Disertasi Program Doktor Ilmu Manajemen, Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang.
- Sunaryo, Bambang. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Gava Media, Yogyakarta
- Tunggal, Amin Widjaja. (2009). *Intisari Manajemen Strategik*. 2009. Harvarindo, Yogyakarta
- World Economic Forum. (2013). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*. Geneva. Diakses dari www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf, tanggal 10 April 2017