

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sektor pariwisata saat ini memang banyak menarik perhatian diberbagai kalangan. Pariwisata merupakan salah satu industri yang banyak bergantung pada sumber daya dan potensi alam serta sumber daya manusia. Obyek wisata dan daya tarik wisata merupakan bagian dari industri pariwisata. Banyaknya daerah tujuan wisata yang ditawarkan beserta atraksi yang disuguhkan menjadikan permintaan pariwisata itu semakin tinggi. Oleh sebab itu pariwisata merupakan satu sektor unggulan yang semakin hari semakin dibutuhkan, karena di Indonesia sendiri pariwisata merupakan komoditas yang sangat berpengaruh dan merupakan sektor unggulan. Pariwisata bisa dibilang adalah kunci pembangunan, kesejahteraan, dan kebahagiaan. Meningkatnya destinasi dan investasi pariwisata menjadikan pariwisata sebagai faktor kunci dalam pendapatan ekspor, penciptaan lapangan kerja, pengembangan usaha dan infrastruktur.

Pembangunan pariwisata, keikutsertaan dan keaktifan masyarakat sangat diperlukan. Keberhasilan pembangunan pariwisata nasional merupakan hasil kerja dari instansi pemerintahan pusat dan daerah serta dukungan masyarakat yang berada disekitar destinasi pariwisata. Maka dari itu, untuk mencapai sasaran pembangunan kepariwisataan nasional perlu ditempuh dengan beberapa kebijakan. Pariwisata adalah suatu kegiatan yang secara langsung menyentuh melibatkan masyarakat, sehingga membawa manfaat terhadap masyarakat setempat dan sekitarnya. Bahkan pariwisata dikatakan mempunyai energi yang luar

biasa sehingga mampu membuat masyarakat setempat mengalami perkembangan dalam berbagai aspek.

Tidak hanya itu, pariwisata juga bisa menjadi dongkrak pertumbuhan ekonomi di negara – negara berkembang, dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke negara – negara yang memiliki daya tarik wisata yang memikat contohnya seperti negara Indonesia. Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam yang membentang dari Sabang sampai Merauke, keanekaragaman suku dan budaya, serta berlimpahnya hasil alam lainnya. Pertumbuhan sektor pariwisata di Indonesia telah berkembang pesat di beberapa tahun belakangan ini. Pariwisata sudah berkembang menjadi salah satu industri yang tumbuh sangat cepat, tidak hanya di Indonesia saja tetapi juga diseluruh belahan dunia. Seakan – akan mereka berlomba – lomba untuk menciptakan apa saja yang mampu menarik perhatian wisatawan. Sektor pariwisata memberikan kontribusi nyata dalam perolehan devisa negara, pendapatan asli daerah dan juga pendapatan masyarakat yang tercipta dari usaha – usaha kepariwisataan yang dikembangkan. Karakter kepariwisataan yang mampu menciptakan beragam rantai kegiatan ekonomi, juga terbukti menciptakan lapangan pekerjaan yang luas dan penyerapan tenaga kerja yang tinggi. Kontribusi nyata sektor pariwisata tersebut menjadikan sektor ini memiliki posisi yang strategis dalam berbagai kebijakan pembangunan, khususnya bagi negara Indonesia yang memiliki aset kepariwisataan untuk diperkuat dan diberdayakan sebagai pilar ekonomi bangsa.

Pengembangan pariwisata dalam negeri telah diarahkan untuk memupuk cinta tanah air dan bangsa, menambahkan jiwa dan semangat serta nilai – nilai luhur berbangsa, meningkatkan kualitas budaya bangsa, memperkenalkan

peninggalan sejarah, keindahan alam serta objek memperkenalkan objek wisata wisata buatan. Peningkatan kesadaran dan pariwisata masyarakat melalui usaha penyuluhan dan binaan kelompok – kelompok seni budaya, industri kerajinan, memperkenalkan dan mengembangkan budaya bangsa, terpeliharanya kepribadian bangsa, dan kelestarian lingkungan. Penyelenggaraan pembangunan dan pengembangan kepariwisataan Indonesia dimaksudkan agar daya tarik wisata yang sedemikian banyak dimiliki bangsa Indonesia dapat dikenal, baik oleh masyarakat Indonesia sendiri maupun masyarakat dunia. Serta dapat didayagunakan secara optimal, dengan tetap menjaga keutuhan dan keasliannya, serta menghindarkan dari kerusakan. Sebaliknya dengan adanya penyelenggaraan kepariwisataan tersebut, maka daya tarik wisata tersebut harus senantiasa ditingkatkan. Pencapaian kinerja tersebut tidak terlepas dari upaya – upaya yang dilakukan seperti penataan destinasi dan pengembangan produk wisata, promosi wisata, pembinaan industri pariwisata dan penataan kelembagaan sebagai aspek – aspek dalam pembangunan kepariwisataan Indonesia. Upaya pengenalan atau promosi suatu produk maupun jasa merupakan hal penting dilakukan untuk menginformasikan serta mempengaruhi target konsumen untuk akhirnya membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

Jawa Timur merupakan salah satu daerah yang memiliki potensial besar sebagai tujuan wisata. Jawa Timur merupakan salah satu provinsi dalam wilayah negara Republik Indonesia. Secara astronomis wilayah Jawa Timur terletak pada 111,1' – 114,4' Bujur Timur dan 7,12' – 8,48' Lintang Selatan. Sedangkan secara geografis Jawa Timur terletak di ujung timur Pulau Jawa. Wilayahnya berbatasan dengan Samudera Hindia di ujung selatan, berbatasan dengan Pulau Bali di

sebelah timur, Laut Jawa disebelah utara dan Provinsi Jawa Tengah disebelah barat. Kemudian secara administratif Jawa Timur terbagi menjadi 29 kabupaten. Hal tersebut menjadikan Jawa Timur memiliki posisi yang strategis, sehingga menjadikan provinsi Jawa Timur sebagai pusat perdagangan dan pusat pertumbuhan industri. Mayoritas penduduk yang menempati provinsi Jawa Timur adalah suku Jawa. Suku Jawa sendiri sudah menyebar di hampir seluruh wilayah Jawa Timur termasuk Surabaya. Jawa Timur sendiri memiliki potensi yang besar untuk mendongkrak perekonomian melalui sektor pariwisatanya. Berikut adalah tabel yang berisikan perkembangan penumpang angkutan kereta api pada Bulan Desember 2018

Tabel 1.1

## Data Perkembangan Penumpang Angkutan Kereta Api Desember 2018

Wilayah	Jumlah Penumpang			Kumulatif Jumlah Penumpang		
	November 2018 (000 orang)	Desember 2018 (000 orang)	Perubahan (%)	Jan–Des 2017 (000 orang)	Jan–Des 2018 (000 orang)	Perubahan (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. Jawa	34 637	37 197	7,39	306 366	414 369	7,25
a. Jabodetabek	28 049	29 201	4,11	315 854	336 799	6,63
b. Non-Jabodetabek	6 588	7 996	21,37	70 512	77 570	10,01
2. Sumatera	661	768	16,19	6 907	7 784	12,70
Total	35 298	37 965	7,56	393 273	422 153	7,34

*Sumber* : <http://jatim.bps.go.id>

Berdasarkan data yang sudah terlampir diatas dapat dijelaskan bahwa perkembangan penumpang pada kereta api jurusan Jawa mengalami peningkatan. Pulau Jawa sendiri terutama di Jawa Timur sendiri memiliki potensi besar dalam sektor pariwisata. Sebagaimana dari potensi – potensi yang ada tersebut telah dapat dikunjungi dan sebagiannya lagi belum ramai dan jarang sekali dikunjungi namun masih memiliki potensi sebagai destinasi wisata yang dapat menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara. Kemudian dari potensi yang sudah berkembang menjadi objek wisata hendaknya pula wajib didukung oleh sarana dan prasarana yang bai agar dapat menunjang minat wisatawan untuk berkunjung. Semua itu dilakukan karena pada saat ini pendapatan daerah bersumber dari sektor pariwisata. Maka dari itu sebagaimana kota dan kabupaten di Indonesia pun juga sedang berusaha meningkatkan dan memanfaatkan potensi wisata yang dimiliki oleh masing – masing kota dan kabupaten di Indonesia, tak terkecuali Surabaya.

Selain sebagai kota pahlawan dan kota bisnis, kota Surabaya dapat menjadi salah satu daerah tujuan wisata bagi wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara, semua itu dikarenakan kota Surabaya masih memiliki

kebudayaan dan kesenian yang unik. Potensi wisata yang dimiliki kota Surabaya masih dapat dikembangkan dan belum diperkenalkan secara menyeluruh. Saat ini sektor pariwisata Kota Surabaya sudah sangat berkembang, pemerintahan kota Surabaya sedang berusaha untuk terus meningkatkan dan terus mengembangkan perekonomian daerah melalui sektor pariwisatanya. Surabaya sendiri saat ini memang sedang mengembangkan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor yang bisa diandalkan. Objek wisata di Surabaya sendiri sudah bermacam – macam jenisnya. Mulai dari objek wisata alam, objek wisata buatan, objek wisata religi dan objek wisata sejarah. Pengembangan objek wisata pada dasarnya sebagai proses yang menjadikan sebuah destinasi wisata dapat berkembang sebagai pusat wisata yang memiliki unsur – unsur pariwisata. Pengembangan objek wisata dapat dikatakan berhasil jika pengembangan tersebut dilakukan secara bersama dari semua pihak yang terkait yakni masyarakat daerah itu sendiri atau pemerintah. Sehingga pengembangan objek wisata dapat memberikan keuntungan ke beberapa aspek seperti; ekonomi, sosial dan budaya kepada masyarakat setempat. Namun seiring berkembangnya jaman, masyarakat mulai menginginkan hal baru dan berbeda dalam berwisata. Masyarakat juga merasakan jenuh akan suasana perkotaan yang padat. Kejenuhan dalam berwisata inilah yang mendukung sebuah daya tarik wisata yang menawarkan hal baru dan berbeda yang ada di Kota Surabaya.

Kampung wisata belakangan ini menjadi trend tersendiri di beberapa kota di Indonesia, tidak terkecuali di Kota Surabaya. Kampung wisata sendiri merupakan suatu konsep pariwisata yang diterapkan dalam satu wilayah perkampungan yang memanfaatkan unsur – unsur yang ada dalam masyarakat,

yang berfungsi sebagai atribut produ wisata, menjadi suatu rangkaian aktivitas pariwisata yang terpadu dan memiliki tema. Dalam konsep kampung wisata tersebut juga mampu menyediakan dan memenuhi serangkaian kebutuhan suatu perjalanan wisata, baik dari aspek daya tarik maupun berbagai fasilitas pendukungnya. Salah satu destinasi wisata yang menerapkan konsep kampung wisata adalah Kampung Lawas Maspati. Kampung yang terletak di tengah Kota Surabaya, 500 meter dari Monumen Tugu Pahlawan, kampung ini dikelilingi bangunan modern namun budaya, kearifan lokal dan tradisi – tradisi kampung tetap terjaga.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sehubungan dengan latar belakang yang telah diuraikan oleh oleh penulis, maka dengan ini penulis mengambil rumusan masalah seperti :

1. Bagaimanakah Upaya PT Pelindo dalam memperkenalkan Kampung Lawas Maspati sebagai salah satu objek wisata di Surabaya?

## **1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

- Untuk mengetahui upaya PT Pelindo dalam memperkenalkan Kampung Lawas Maspati sebagai salah satu objek wisata di Surabaya

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

- a. Untuk Penulis

Untuk memperoleh informasi mengenai upaya PT Pelindo dalam memperkenalkan Kampung Lawas Maspati sebagai salah satu objek wisata di Surabaya dan juga untuk melatih kemampuan menganalisa,

kreatifitas, responsibilitas yang baik serta kepekaan untuk mengatasi masalah yang ada.

b. Untuk Sasaran Objek

Penulis berharap setelah diadakan penelitian ini, objek wisata yang dijadikan objek penelitian bisa semakin dikenal oleh masyarakat Surabaya ataupun diluar Surabaya.

c. Untuk Pembaca

Penulis berharap setelah melakukan penelitian ini, nantinya pembaca dapat menambah ilmu baik teori maupun praktek. Serta mengetahui bahwasannya Surabaya sendiri memiliki berbagai macam jenis objek wisata yang bisa dijadikan salah satu referensi kunjungan ketika mengunjungi Surabaya, salah satu contohnya yaitu Kampung Lawas Maspati yang berada di Jalan Maspati RT V & IV.

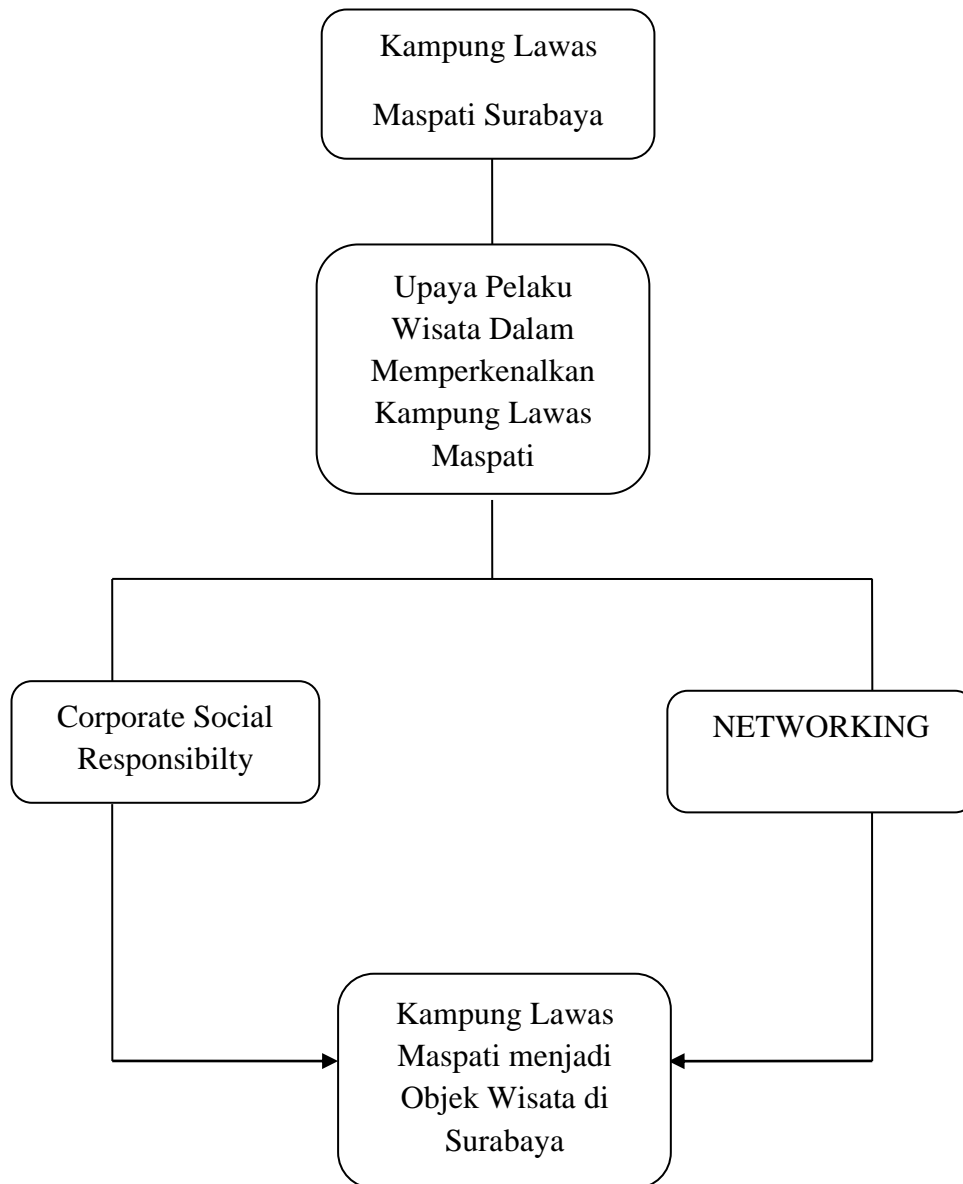
d. Untuk D3 Kepariwisata/Bina Wisata

Penulis berharap bahwasannya penelitian yang telah dilakukan ini, nantinya bisa menjadi contoh atau referensi untuk penelitian yang selanjutnya. Serta nantinya bisa bermanfaat untuk penulis lainnya yang ingin melakukan penelitian yang serupa.



#### 1.4 Bagan Kerangka Pikiran

Untuk mempermudah dan memperjelas hasil pembahasan, penulis menyusun landasan – landasan dalam kerangka pikiran sebagai berikut :



**Bagan 1.4 Kerangka Pemikiran**

### 1.4.1 Kampung Wisata

Kampung Wisata merupakan bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat dimana terdapat sekelompok wisatawan yang dapat tinggal atau berdekatan dengan lingkungan tradisional tersebut untuk belajar mengenai kehidupan masyarakatnya. Berdasarkan ketiga bentuk integrasi tersebut, desa/kampung wisata dibagi menjadi tiga elemen desa/kampung wisata, yaitu elemen dasar (*primary elements*), elemen sekunder (*secondary elements*), dan elemen tambahan (*additional elements*). (Elena-Manuela Istoc, 2012)

#### a. Elemen Desa/Kampung Wisata

1. **Primary Elements**, elemen – elemen dasar wisata budaya dibagi menjadi dua : *Activity Places* dan *Leisure Settings*. *Activity Places* meliputi fasilitas budaya yang terdiri dari : museum gallery, ruang pertunjukan, ruang workshop, fasilitas warisan budaya (*heritage*) yang meliputi warisan budaya *intangible* dan *tangible*. *Leisure Settings* meliputi tatanan fisik berupa *historical street pattern*, bangunan yang memiliki daya tarik tertentu, monumen dan taman/*green area*, fitur – fitur sosial – budaya yang terdiri dari tingkat livabilitas dari kawasan terkait, bahasa, nilai – nilai lokal, hubungan antar warga.
2. **Secondary Elements**, elemen – elemen sekunder dari wisata budaya meliputi fasilitas – fasilitas pendukung kehidupan warga dan wisatawan seperti pasar, toko/kios lokal, jasa penyedia fasilitas makan, dan akomodasi penginapan.

3. *Additional Elements*, elemen – elemen tambahan merupakan fasilitas pendukung yang bersifat tersier pada kawasan budaya yang terdiri dari fasilitas aksesibilitas, sarana transportasi dan parkir, dan pusat informasi untuk turis.

#### **b. Kriteria Desa/Kampung Wisata**

Menurut OECD (*Organisation for Economic Co-operation and Development*) pada tahun 20015, kriteria yang penting dalam merancang sebuah hubungan yang positif antara turisme dan budaya adalah sebagai berikut :

1. Memiliki aktivitas budaya yang permanen dan rutin dilakukan.
2. Melibatkan penduduk lokal secara langsung, dan sebagai tambahannya dapat melibatkan wisatawan.
3. Dapat menghasilkan produk/jasa yang diperlukan untuk keperluan wisatawan.

#### **1.4.2 Upaya**

Upaya menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai usaha kegiatan yang mengarahkan tenaga, pikiran untuk mencapai suatu tujuan. Upaya juga berarti usaha, akal, ikhtiar untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan mencari jalan keluar.

#### **1.4.3 Pelaku Wisata**

Pelaku Pariwisata adalah setiap pihak yang berperan dan terlibat dalam kegiatan pariwisata. Adapun yang termasuk pelaku pariwisata menurut Damanik dan Weeber (2006:19) adalah :

1. Wisatawan; adalah konsumen atau pengguna produk dan layanan. Wisatawan memiliki beragam motif dan latar belakang (minat,

ekspektasi, karakteristik sosial, ekonomi, budaya, dan sebagainya) yang berbeda – beda dalam melakukan kegiatan wisata. Dengan perbedaan tersebut, wisatawan menjadi pihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata.

2. Industri Pariwisata/Penyedia Jasa; adalah semua usaha yang menghasilkan barang dan jasa bagi pariwisata. Mereka dapat digolongkan ke dalam dua golongan utama, yaitu:
  - a. Pelaku Langsung, yaitu usaha – usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau yang jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan. Termasuk dalam kategori ini adalah hotel, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata, atraksi hiburan, dan lain – lain.
  - b. Pelaku Tidak Langsung, usaha yang mengkhususkan diri pada produk – produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata, misalnya usaha kerajinan tangan, penerbit buku atau lembaran panduan wisata dan sebagainya.
3. Pendukung Jasa Wisata; adalah usaha yang tidak secara khusus menawarkan produk atau jasa wisata tetapi seringkali bergantung pada wisatawan sebagai pengguna jasa dan produk itu. Termasuk didalamnya adalah jasa fotografi, jasa kecantikan, olahraga, penjualan BBM, dan sebagainya.
4. Pemerintah; sebagai pihak yang mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata. Tidak hanya itu, pemerintah

juga bertanggung jawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan wisata. Kebijakan makro yang ditempuh pemerintah merupakan panduan bagi stakeholder yang lain dalam memainkan peran masing – masing.

5. Masyarakat Lokal; adalah masyarakat yang bermukim di kawasan wisata. Mereka merupakan salah satu faktor penting dalam pariwisata karena sesungguhnya merekalah yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata. Selain itu, masyarakat lokasi merupakan pemilik langsung atraksi wisata yang dikunjungi sekaligus dikonsumsi wisatawan. Air, tanah, hutan dan lanskap yang merupakan sumberdaya pariwisata yang dikonsumsi oleh wisatawan dan pelaku wisata lainnya berada ditangan mereka. kesenian yang menjadi salah satu daya tarik wisata juga hampir sepenuhnya milik mereka. Oleh sebab itu, perubahan – perubahan yang terjadi di kawasan wisata akan bersentuhan langsung dengan kepentingan mereka.
6. Lembaga Swadaya Masyarakat; merupakan organisasi non – pemerintah yang sering melakukan kegiatan kemasyarakatan di berbagai bidang termasuk bidang pariwisata, seperti proyek WWF untuk perlindungan Orang Utan di Kawasan Bahorok Sumatera Utara, atau di Tanjung Puting Kalimantan Selatan, Kelompok Pecinta Alam, Walhi dan lain – lain.

#### **1.4.4 Corporate Social Responsibility (CSR)**

Corporate Social Responsibility atau biasa dikenal dengan dengan CSR adalah sebuah konsep yang berkembang dengan cepat, sehingga definisinya pun juga bisa berubah – ubah menyesuaikan dengan perkembangannya. Namun demikian, kendatipun tidak mempunyai definisi tunggal, konsep ini menawarkan sebuah kesamaan, yaitu keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis dan perhatian terhadap aspek sosial serta lingkungan. Menarik kesimpulan dari semua definisi yang ada, bahwa CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. (Untung, 2009)

Dalam pelaksanaan CSR ini diharapkan selain memberdayakan masyarakat dari sisi perusahaan, jelas agar operasional berjalan dengan lancar tanpa gangguan. Jika hubungan antara perusahaan dan masyarakat tidak berjalan dengan lancar, bisa dipastikan ada masalah. Pelaksanaan program CSR belum sepenuhnya diterima oleh masyarakat, itu disebabkan oleh minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan CSR. Manfaat CSR bagi perusahaan antara lain;

- a. Mempertahankan dan mendogkrak reputasi serta citra merk perusahaan
- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
- c. Mereduksi risiko bisnis perusahaan
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
- g. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*

- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- j. Peluang mendapatkan penghargaan

Tujuan CSR adalah untuk pemberdayaan masyarakat, bukan memperdayai masyarakat. Pemberdayaan bertujuan mengkreasikan masyarakat mandiri. Aktivitas CSR bagi perusahaan publik, apabila dilihat dari investor global yang memiliki idelalisme tertentu, dengan aktivitas CSR saham perusahaan dapat lebih bernilai.

#### **1.4.5 Jaringan atau Networking**

Networking adalah seni membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan. Networking adalah mengenai mendapatkan apa yang dibutuhkan atau diinginkan, dan membantu orang lain untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan atau butuhkan. Networking adalah hubungan yang saling menguntungkan – tetapi tidak selalu bersifat *quid pro quo* (saling tukar menukar). Hal ini berarti reputasi dan kepercayaan adalah penting. Dimulai dari kesan pertama dan terus berkembang pada saat orang lain mulai mengenali diri kita apakah diri kita efektif, bisa bekerja dengan orang lain, orang yang tulus, menghormati orang lain dan seterusnya. Kepercayaan orang lain pada diri kita adalah sesuatu yang penting. Kita bisa merusak reputasi diri kita sendiri apabila ketika kita sendiri bertindak tidak konsisten atau tidak diduga – duga. Networking adalah tentang memiliki harapan – harapan terhadap orang lain dan memenuhi harapan – harapan mereka terhadap diri kita. (Darling, 2005:3)

#### **1.5 Metodologi Penelitian**

Untuk memecahkan rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, maka penulis memutuskan untuk menggunakan metodologi penelitian kualitatif. Penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantitatif lainnya. Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti yang rinci, dibentuk dengan kata – kata, gambaran holistik dan rumit. Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata – kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

### **1.5.1 Batasan Konsep**

Untuk memperoleh kesamaan persepsi dan menghindari adanya perbedaan penafsiran serta memudahkan peneliti dalam kegiatan penelitian dan dapat memfokuskan untuk membahas bagaimanakan upaya PT. Pelabuhan Indonesia (PELINDO) dalam memperkenalkan kampung Maspati sebagai salah satu objek wisata di Surabaya, maka peneliti berupaya membatasi beberapa konsep dibawah yaitu:

**Kampung Wisata** merupakan bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat dimana terdapat sekelompok wisatawan yang dapat tinggal atau berdekatan dengan lingkungan tradisional tersebut untuk belajar mengenai kehidupan masyarakatnya. Berdasarkan ketiga bentuk intgrasi tersebut, desa/kampung wisata dibagi menjadi tiga elemen desa/kampung wisata, yaitu



elemen dasar (*primary elements*), elemen sekunder (*secondary elements*), dan elemen tambahan (*additional elements*). (Elena-Manuela Istoc, 2012)

**Upaya** Upaya menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai usaha kegiatan yang mengarahkan tenaga, pikiran untuk mencapai suatu tujuan. Upaya juga berarti usaha, akal, ikhtiar untuk mencapai suatu maksud, memecahkan persoalan mencari jalan keluar.

**Corporate Social Responsibility (CSR)** adalah suatu komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan. (Untung, 2009:1)

**Networking** adalah salah satu strategis yang paling berdaya guna untuk kemajuan karier. Tetapi harus dibuat menjadi kenyataan. Membuat network yang efektif adalah masalah mengetahui apa yang dibutuhkan atau diinginkan sambil membantu orang lain memperoleh apa yang mereka inginkan atau mereka butuhkan. (Darling, 2005:3)

### 1.5.2 Teknik Penentuan Lokasi

Menentukan lokasi penelitian secara tepat sangat diperlukan supaya data yang didapatkan sesuai dengan kebutuhan dan relevan. Selain itu, keterbatasan geografis dan praktis secara waktu, tenaga, biaya perlu dipertimbangkan dalam penentuan lokasi penelitian (Moleong, 2014:128).

Penulis menentukan lokasi yang akan dijadikan sebagai objek penelitian ini difokuskan di Kampung Lawas Maspati. Objek wisata ini terletak di Jalan Maspati, Kecamatan Bubutan, Kelurahan Bubutan, Surabaya, Indonesia. Adapun

alasan penulis mengambil lokasi objek wisata Kampung Lawas Maspati sebagai objek penelitian yaitu :

- a. Lokasi ini merupakan salah satu objek wisata bersejarah di Surabaya
- b. Pertimbangan lainnya adalah mudahnya aksesibilitas menuju objek wisata. Objek wisata ini dapat dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum.
- c. Penulis merupakan warga asli Surabaya, maka penulis memiliki rasa wajib untuk ikut serta memperkenalkan objek wisata kepada khalayak umum.

### **1.5.3 Teknik Penentuan Informan**

Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi serta kondisi latar penelitian. Kegunaan informan bagi peneliti ialah agar waktu yang relatif singkat banyak informasi yang terjaring, jadi sebagai sampling internal, karena informan dimanfaatkan untuk berbicara, bertukar pikiran, atau membandingkan suatu kejadian yang ditemukan dari subyek lainnya. (Moleong, 2014:132)

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengambil informan yang berasal dari PT. Pelabuhan Indonesia III (PELINDO) dan masyarakat setempat yang ada di lokasi penelitian. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka informan yang oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bapak Soengeng Prayitno selaku *Vice President SMSP & COMDEV*
2. Ibu Feni selaku sekretaris RW Kampung Lawas Maspati
3. Ibu Sariani sebagai salah satu *tour guide* di Kampung Lawas Maspati

#### 1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, penulis pastinya sangat membutuhkan data yang mendukung dan tepat secara cermat sehingga terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan dalam pengumpulan data :

a. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan mengandalkan penglihatan dan pengindraan. Observasi bertujuan agar data yang diperoleh dapat menunjang data dari hasil wawancara. Menurut (Moleong 2014:176) pengamatan atau observasi dibagi menjadi dua yaitu pengamatan terbuka dan pengamatan tertutup. Pengamatan terbuka merupakan pengamatan yang diketahui oleh subjek pengamatan, dan subjek secara sukarela memberikan kesempatan kepada pengamat untuk mengamati peristiwa yang terjadi serta menyadari bahwa ada orang yang mengamati hal yang dilakukan oleh mereka. Sebaliknya, pengamatan tertutup adalah pengamatan tertutup adalah pengamatan yang dilakukan tanpa diketahui oleh subjek.

Dalam penelitian kali ini, penulis melakukan pengamatan terbuka, yaitu pengamatan yang diketahui oleh subjek. Penulis mengobservasi bagaimanakah upaya PT. Pelabuhan Indonesia III dalam memperkenalkan Kampung Lawas Maspati sebagai salah satu objek wisata di Surabaya.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Wawancara dibagi

menjadi beberapa jenis, salah satunya yang digunakan oleh penulis adalah tipe wawancara terbuka sehingga para subjek penelitian tahu bahwa mereka sedang diwawancarai dan mengetahui pula apa maksud dan tujuan wawancara tersebut (Moleong, 2014: 189 – 190).

c. Penggunaan Bahan Dokumen

Menurut Guba dan Lincoln (1981:228) dalam buku Lexy J Moleong dijelaskan bahwa dokumen adalah setiap bahan tertulis ataupun film, lain dari record yang tidak dipersiapkan karena adanya permintaan seorang penyidik. Dokumen biasanya dibagi atas dokumen pribadi dan resmi. Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan bahkan untuk meramalkan. Dokumen pribadi adalah catatan atau karangan seseorang secara tertulis mengenai tindakan, pengalaman, dan kepercayaannya. Maksud mengumpulkan dokumen pribadi ialah untuk memperoleh kejadian nyata tentang situasi sosial dan berbagai faktor disekitar subjek penelitian (Moleong, 2014:217).

### 1.5.3 Teknik Analisis Data

Analisis data pada dasarnya merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dalam penelitian kali ini penulis akan menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif, yaitu metode untuk menganalisa data atau informasi yang terkumpul mengenai eksistensi objek wisata yang telah dijadikan tempat penelitian.

Kemudian data yang sudah diperoleh akan dianalisis melalui beberapa tahap yaitu yang pertama akan diedit untuk memperbaiki kualitas data, tujuannya untuk menghilangkan keraguan akan kebenaran yang nantinya akan timbul setelah membaca kembali data tersebut. Tahapan selanjutnya adalah mengkode data dimana tahap ini peneliti harus teliti dan cermat dalam mengkode data dan nantinya akan di letakan sesuai kategori yang sudah dibuat.

Tahap terakhir adalah mengolah data. Tahapan ini sangat penting dan menentukan keberhasilan penelitian. Pada tahap ini data diolah sedemikian rupa sehingga diperoleh kesimpulan berupa kebenaran yang dapat dipakai sebagai jawaban atas permasalahan yang telah dibuat oleh peneliti.