

IDENTIFIKASI PENGEMBANGAN PARIWISATA BERDASARKAN 3A (ATRAKSI, AKSESIBILITAS, DAN AMENITAS) PADA KAMPUNG SEMANGGI SURABAYA

Silvi Aristyanisa Ramadhani¹, Intan Kusumaningayu², Benny Bintarjo³

Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya¹
1442000070@surel.untag-sby.ac.id¹

Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya²
intankusuma@untag-sby.ac.id²

Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya³
bbintarjo@untag-sby.ac.id³

Abstract : Kampung Semanggi Surabaya is one of the thematic villages that carries the idea of Surabaya's culinary specialty, pecel semanggi Surabaya. However, from the establishment of the clover village in 2017 until now it is still not significant to make this village a popular tourist attraction in Surabaya. So it is necessary to develop tourism destinations in Surabaya's clover village. Although the 3A part of this village has been implemented, there are still some requirements that have not been met. This research serves to identify the development of Semanggi Village in accordance with the 3A theory in order to find out more about the development needed in the future. The research methodology uses primary and secondary data from observations, document approaches, and direct interviews. The conclusion that can be drawn from this research is that facilities that refer to regional locality are still not visible, even though the 3A section has been implemented.

Keywords: kampung semanggi Surabaya, attractions, amenities, accessibility

Article Information: Submission: 25 Desember 2023, Accepted: 26 Desember 2023, Published: 31 Desember 2023

DOI: 10.53691/jpi.v19i2.396



Copyright © 2023 by the author(s). This article is published by Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta, Indonesia under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) license. Anyone may reproduce, distribute, translate, and create derivative works of this article (for both commercial and noncommercial purposes), subject to full attribution to the original publication and author(s). The full terms of this license may be seen at <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

PENDAHULUAN

Pariwisata kampung tematik yang tetap mempertahankan kearifan lokalnya dapat dikatakan berhasil secara sosial dan budaya di tengah-tengah lingkungan metropolitan. Di tengah hiruk pikuk pembangunan perkotaan, nilai-nilai budaya yang ditunjukkan dalam kegiatan sehari-hari masyarakat kampung menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat. Masyarakat perkotaan memiliki potensi untuk menarik wisatawan jika aset budaya dan kearifan lokal dilestarikan. Masyarakat sekitar harus ikut melestarikan sosial budaya yang dijadikan sebagai produk unggulan kampung wisata budaya agar dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekaligus melestarikan sejarah dan budaya yang sudah ada.

Pemerintah kota Surabaya menetapkan Kampung Semanggi Surabaya menjadi kampung tematik yang mengusung Kuliner lokal berupa pecel semanggi Surabaya. Dibangunnya kampung tersebut guna mempertahankan dan melestarikan hidangan tradisional ini sebagai bagian dari budaya lokal, dengan fokus utama pada RW 03 kelurahan kending kecamatan benowo sebagai Kawasan pelestarian budidaya tanaman semanggi Surabaya. Terdapat satu kampung yang menjadi point utama kampung tematik ini yaitu kampung kending IX RT 07 RW 03, karena pada tersebut sebagian besar penduduknya adalah penjual pecel semanggi Surabaya. Beberapa dari Masyarakat membudidayakan semanggi mereka sendiri. Maka dari itu kampung kending IX RT 07 RW 03 mendapat julukan Kampung Semanggi Surabaya untuk melestarikan hidangan tradisional ini sebagai aspek budaya masyarakat yang dijaga.

Namun, dari berdirinya kampung semanggi di tahun 2017 hingga saat ini masih belum signifikan untuk menjadikan kampung ini sebagai objek wisata populer di Surabaya. Sehingga perlu dilakukan pengembangan destinasi pariwisata pada kampung semanggi Surabaya.

Setelah melakukan penilaian terhadap data yang berkaitan dengan pengembangan destinasi, menurut Middleton (2001:124) terdapat tiga komponen utama pengembangan destinasi pariwisata yaitu ; atraksi, aksesibilitas, dan amenitas. Prinsip ini akan digunakan untuk mengetahui pengembangan pada lingkungan kampung semanggi. Diharap kedepannya penelitian ini bisa menjadi pertimbangan untuk pengembangan kampung semanggi sehingga bisa menjadi destinasi wisata yang memiliki nilai jual yang dapat menarik para wisatawan lebih banyak lagi.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, "pariwisata" adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan kepariwisataan dan muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, wisatawan lain, pemerintah, dan pengusaha. Sebaliknya, pariwisata dalam konteks ini mengacu pada berbagai aktivitas manusia yang difasilitasi oleh berbagai fasilitas dan layanan yang ditawarkan oleh pemerintah, pemilik bisnis, dan masyarakat.

Pariwisata merupakan sumber pendapatan yang signifikan bagi banyak negara industri dan negara berkembang karena korelasinya yang kuat dengan pembangunan dan dampak ekonominya. Mempertimbangkan beberapa negara dengan perekonomian paling signifikan di dunia, pariwisata dipandang sebagai faktor kunci dalam mempercepat pembangunan dan memajukan kemajuan sosial ekonomi.

Industri pariwisata diperkirakan akan menghasilkan 1,250-1,5 miliar perjalanan wisatawan mancanegara dan 9,5-14,3 juta pengunjung asing pada tahun 2024, menurut RPJMN 2022-2024.

Sementara itu, industri pariwisata diperkirakan akan menghasilkan devisa sebesar US\$7,38 hingga US\$13,08 miliar pada tahun 2024. Selain itu, industri

pariwisata juga akan menciptakan 22,8 juta lapangan kerja dan kontribusi terhadap PDB sebesar 4,5%.

Kampung wisata tematik

World Trade Center (WTC) secara resmi telah mengakui Indonesia dengan memberikan WTTC Safe Travels Stamp untuk Protokol Keamanan untuk Indonesia pada tanggal 24 Juli 2020. Hal ini membuka peluang dan kemungkinan besar bagi Indonesia untuk menarik wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri. Menciptakan komunitas-komunitas wisata di Indonesia yang berpotensi untuk pengembangan sumber daya manusia, budaya, dan lingkungan merupakan salah satu inovasi yang dapat dilakukan. (Setyawan, Sekar, 2022).

Beberapa topik dan tema tertentu yang dapat diangkat untuk mengangkat eksistensi kampung wisata budaya yang memiliki nilai jual secara lokal. Atribut yang dapat dimiliki antara lain sejarah lokal, adat dan budaya, produksi rumahan, dan barang-barang unggulan lainnya yang dapat dijadikan atraksi wisata yang unik (Mintorogo et al., 2015). Kampung tematik, seperti yang didefinisikan oleh Syarifa & Wijaya (2019) program pengembangan kampung yang memiliki sejumlah ciri khas yang menjadi keunggulan kampung tersebut untuk membuka destinasi wisata lokal baru yang menonjolkan potensi kampung tersebut sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Tujuan dari kampung wisata, menurut Tamara & Rahdriawan (2018), adalah untuk mengentaskan kemiskinan, khususnya masalah pemenuhan kebutuhan dasar, meningkatkan perekonomian masyarakat dengan memanfaatkan potensi ekonomi masyarakat sebagai katalisator pembangunan daerah, dan meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Ada tiga tahap yang membentuk ide komunitas bertema berdasarkan program inovasi sosial menurut Tamara & Rahdriawan (2018) ; pertama, Masyarakat mencari ide untuk mengembangkan desanya agar dapat menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan

keterlibatan masyarakat lokal. Hal ini dikenal sebagai tahap pertama pemetaan masalah. Kedua, Memilih sekelompok orang yang bersedia berkolaborasi untuk mengimplementasikan konsep atau topik di desa mereka merupakan langkah kedua dalam memilih tema desa. Langkah ketiga melibatkan pendefinisian dan koordinasi melalui konsep atau tema yang kemudian diubah oleh para pelaku yang terlibat sebelum akhirnya digunakan secara praktis di daerah tersebut. Hal ini mengarah pada kesimpulan bahwa untuk meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat desa, desa tematik harus mengenali potensi yang ada di masyarakat dan mengembangkan peluang kerja. Penciptaan kota tematik juga membutuhkan kolaborasi dengan pihak lain untuk memanfaatkan potensi yang sudah ada. (Putri, Meliana & Mubaroq, Husni, 2022).

Prinsip 3A

“The tourist products to be considered as an amalgam of three main components of attraction, facilities at the destination and accessibility of the destination”. adalah bagaimana Middleton (2001, hal. 122) mendefinisikan produk wisata secara lebih rinci. Dengan pengetahuan ini, kita dapat melihat bahwa pembentukan produk wisata secara umum bergantung pada tiga faktor: aksesibilitas, fasilitas di lokasi, dan atraksi wisata.

Berikut adalah penjabaran menurut Middleton (2001, hal. 124), barang pariwisata terdiri dari tiga komponen utama :

Atraksi adalah fitur utama dari sebuah destinasi. Apa yang dapat dilihat dan dilakukan merupakan faktor daya tarik. Apa yang dapat dilihat dan dilakukan oleh pengunjung saat mengunjungi lokasi tersebut. Keindahan alam dan keunikan daerah tersebut yang menarik pengunjung. Daya tarik objek wisata adalah apa yang membedakannya dari yang lain.

1. Atraksi wisata Alam:

Berisikan sumber daya alam dan formasi geografis tempat tujuan, seperti

pemandangan, pantai, iklim, dan fitur geografis lainnya dari suatu tempat.

2. Atraksi wisata buatan:

Destinasi wisata buatan manusia, seperti bangunan dan infrastruktur untuk pariwisata, seperti bangunan modern dan bersejarah, jalan setapak, resor ski, pusat konvensi, marina, taman, kebun, lapangan golf, zona bertema, toko khusus, dan situs arkeologi.

3. Atraksi Wisata Budaya:

Atraksi wisata budaya menampilkan cerita rakyat dan Sejarah, museum, teater musik, seni dan agama, tarian, karnaval dan festival dan pertunjukan lainnya. Beberapa di antaranya dapat diubah menjadi acara-acara yang unik,

4. Atraksi Wisata Sosial:

Seperti adat istiadat, bahasa, dan cara hidup masyarakat setempat. penutur asli, percakapan, dan kumpul-kumpul.

Amenitas Terdapat komponen-komponen dari sebuah atraksi atau lingkungannya yang memungkinkan tamu untuk tinggal dan dengan atraksi yang memberikan tiket masuk, memungkinkan para tamu untuk mengambil bagian dan menikmati pengalaman atau untuk mengambil bagian dalam dan mengapresiasi sebuah atraksi wisata. Hal tersebut antara lain adalah:

- Atraksi wisata untuk Wisatawan yang berupa penginapan, Tempat makan, Aktivitas yang berhubungan dengan tema yang diangkat, Gerai Ritel dan Fasilitas lain.
- Area Umum berupa Kamar mandi, Tempat beribadah, Paviliun, Layanan tambahan, termasuk layanan informasi, penyewaan peralatan, salon kecantikan, dan pemandu wisata.

Aksesibilitas merupakan akses yang dilalui untuk ke lokasi ini mudah diakses dengan transportasi umum yang terjangkau, aman, dan praktis.

Komponen-komponen ini meliputi:

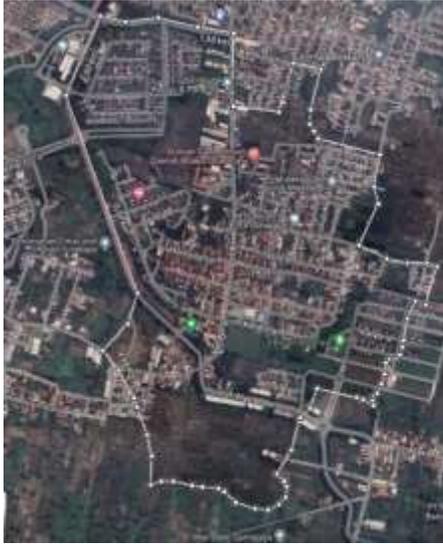
- Infrastruktur
- Jalan, pelabuhan, marina, rel kereta api, dan bandara.
- Peralatan, seperti jumlah, kecepatan, dan cakupan sistem angkutan umum angkutan umum.
- Elemen operasional, termasuk frekuensi layanan, rute operasi, dan jadwal biaya.
- Peraturan pemerintah, seperti peraturan yang mengatur pengawasan pelaksanaan peraturan transportasi.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan data primer dan sekunder yang berupa wawancara langsung (interview), metode dokumen, dan observasi. Dalam rangka mendorong pengembangan pariwisata berkelanjutan, peneliti mengamati kegiatan masyarakat di Kampung Wisata serta pengembangan fasilitas dan infrastruktur pariwisata yang baru dan yang sudah ada di wilayah Kampung Semanggi dan sekitarnya. Untuk lebih memahami pengembangan dan pengelolaan, peneliti berusaha untuk mempelajari lebih lanjut tentang perspektif humas dan ketua RW 03 Kelurahan Sememi selama wawancara. Untuk mengetahui elemen ekonomi yang ada di dalamnya, elemen yang berhubungan dengan pelestarian, dan kesadaran pariwisata, peneliti juga menggunakan wawancara dan observasi serta tinjauan literatur dan dokumen lainnya; termasuk dokumentasi dari otoritas terkait dan rencana pengembangan pariwisata Kota Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kampung semanggi Surabaya



Gambar 1. Peta RT 03 kelurahan sememi kecamatan benowo Surabaya

Sumber : google maps

Pada dasarnya kampung semanggi adalah satu wilayah RW 03, kelurahan sememi, kecamatan benowo, Surabaya yang memiliki luas lahan 92,1 HA. Namun yang menjadi kampung point utama adalah kampung kendung IX RT 07 RW 03, kelurahan sememi, kecamatan benowo, Surabaya karena dinilai kampung yang paling banyak terdapat lahan kosong yang bisa dikembangkan. Lokasi penelitian kampung semanggi ini berfokus pada kampung kendung IX karena dari sinilah pemerintah kota Surabaya melindungi budaya lokal dengan menjaga dan melestarikan makanan tradisional ini.



Gambar 2. Peta kampung semanggi kendung IX

Sumber : google earth

Alasan Kampung Kendung dikenal sebagai "Kampung Semanggi" adalah karena sebagian besar wilayahnya dipenuhi dengan ladang semanggi dan memiliki banyak pedagang semanggi baik yang masih mentah maupun yang sudah diolah. Masyarakat di wilayah Benowo, khususnya di Kampung Kendung, menganggap menanam semanggi dan mengandalkannya sebagai sumber pendapatan utama mereka dengan mengolahnya menjadi Semanggi Surabaya, sebuah makanan yang telah diasosiasikan dengan Kota Surabaya. Hampir semua pedagang semanggi di Surabaya masih memiliki hubungan kekerabatan dan berasal dari daerah yang sama.

Karena banyaknya tanaman semanggi di wilayah ini, banyak penduduk setempat yang memanfaatkan kreativitas mereka untuk mengubah daun semanggi menjadi berbagai macam barang. Ada sekitar 350 warga yang bekerja dengan tanaman semanggi, termasuk petani, pengepul daun, pedagang, dan produsen pecel dan olahan semanggi lainnya. Kampung Semanggi merupakan salah satu kampung yang berkolaborasi dalam pengembangannya dengan PT ASTRA International dan Universitas Wijaya Putra. Kampung Semanggi ingin berkembang menjadi Kampung Wisata Edukasi dan Kuliner Semanggi Kota Surabaya.

Para UMKM setempat menjajahkan jualannya dengan memiliki stan-stan yang menjual pecel semanggi di seluruh penjuru kota Surabaya, termasuk di Surabaya Selatan, Surabaya Timur, dan kawasan Merr Lane. Beberapa dari mereka bahkan telah membuka stan (tidak tetap) di Kabupaten Sidoarjo. Beberapa dari mereka bekerja sendiri-sendiri, sementara yang lain bekerja dalam kelompok untuk menjalankan usaha kecap semanggi. Kelompok dibentuk untuk mempermudah mendapatkan pasokan daun semanggi. Selain itu, kelompok juga mempermudah dan menghemat biaya perjalanan dari rumah ke tempat mereka berjualan pecel semanggi.

Atraksi

Atraksi wisata adalah komponen dari sebuah destinasi wisata yang secara umum guna menilai preferensi pelanggan dan mempengaruhi motivasi calon Wisatawan menurut Middleton (2001:124) dibagi menjadi 4 dan dibuat perbandingan penerapan dengan kampung semanggi yaitu ;

1. Atraksi wisata Alam :

Pada penerapan Atraksi wisata Alam di dalam Kawasan kampung semanggi masih terdapat banyak lahan kosong hijau yang luas dan di gunakan sebagai RTH



*Gambar 3. RTH di kampung semanggi
Sumber : google maps*

Selain sebagai RTH disekitar Kawasan terdapat lahan budidaya semanggi total seluas 3 Ha yang terbagi menjadi 2 bagian RW, yaitu RW 03 dan RW 09 Kelurahan Sememi. Di wilayah RW 03 sendiri, terdapat ½ HA lahan budidaya. Adapun pembagian wilayahnya adalah sebagai berikut:



*Gambar 4. Lokasi penyebaran ladang penanaman semanggi RW 03 sememi
Sumber : google earth*



*Gambar 5. Titik ladang budidaya semanggi RW 03 Sememi
Sumber : dokumen pribadi, 2023*

2. Atraksi wisata buatan :

Penerapan pada Kawasan yang merupakan campur tangan manusia yang berkaitan dengan bagian dari tema masih kurang diangkat pada kampung semanggi, dikarenakan adanya atraksi buatan hanya wisata umum yang biasanya ada di komplek perumahan biasa seperti taman bermain, hal ini dinilai kurang berkaitan dengan tema kampung yaitu kampung semanggi.



*Gambar 6. Taman bermain kampung semanggi
Sumber : dokumen pribadi, 2023*

3. Atraksi Wisata Budaya :

Bedasarkan wawancara dengan humas semanggi, Pada kampung semanggi setiap tahunnya mengadakan event semanggi festival yang menawarkan berbagai macam acara yang memadukan unsur seni, budaya, kuliner, dan edukasi. Pengunjung dapat merayakan kekayaan budaya dan warisan lokal yang terkait dengan tanaman ini selain menikmati berbagai hidangan semanggi. Sehingga pada tahapan ini, kampung semanggi masih mengenalkan budaya lokalitas makanan khas Surabaya dengan baik berupa event yang digelar setiap tahun pada Kawasan tersebut.

4. Atraksi Wisata Sosial :

Kampung semanggi sangat terbuka untuk program pembelajaran baik siswa maupun umum untuk mempelajari dan terlibat dalam pembangunan masyarakat, pengajaran, lingkungan, dan proyek sosial atau kemanusiaan lainnya. Hal ini membuka banyak kesempatan bagi para wisatawan untuk mendapatkan pengetahuan tentang kepedulian sosial, berinteraksi dengan penduduk setempat, dan mungkin menawarkan bantuan atau dukungan dan menggali potensi yang ditawarkan oleh kampung. Dengan keterbukaan dan support warga dengan wisata kampung tematik di kampung semanggi, hal ini dinilai bisa menjadi Langkah baik untuk pengembangan kampung.

Amenitas

Komponen amenitas yang berada di kampung semanggi di dukung oleh berbagai pihak dari mulai berdiri hingga saat ini, contohnya; sejak awal pendirian kampung, fasilitas taman didirikan oleh Camat Benowo pada tahun 2017. Astra selanjutnya mendukung Kampung Semanggi pada tahun 2021 dalam 4 pilar yaitu ; pendidikan, lingkungan, kesehatan, dan kretivitas. Dalam aspek lingkungan, pihak astra mendirikan sebuah gapura yang saat ini telah dibuat. Pada tahun 2022, pemerintah memberikan bantuan alat-alat yang membantu budidaya dan penjualan semanggi. Fasilitas yang ada di kampung semanggi juga mendapat dukungan

yang diberikan oleh institusi akademis untuk KKN, magang, dan pengabdian Masyarakat. Amenitas yang ada pada Kawasan Kampung Semanggi ;

Atraksi wisata = tempat ibadah, ruko UMKM setempat, Gedung serbaguna, balai RW

Area umum = sentra UMKM, lapangan, taman

Fasilitas yang berada di lapangan masih belum optimal karena warga masih berdagang di pinggir jalan, sedangkan Masyarakat menginginkan sentra UMKM di dalam Kawasan.



Gambar 7. UMKM sekitar memadati badan jalan

Sumber : google maps

Serta diperlukan fasilitas penunjang sentra umkm berdiri contohnya toilet umum dan parkir. Pada kondisi lapangan juga para wisatawan yang datang untuk belajar tentang semanggi masih melakukan pembelajaran di balai RW, untuk fasilitas secara visual masih belum Nampak pada Kawasan ini. Pada saat ini Masyarakat setempat juga memerlukan stand UMKM agar mendukung ekonomi warga, namun pendanaan pada pengembangan kampung masih terbatas.

Sedangkan infrastruktur yang ada di wilayah RW 03 Kampung Semanggi sebagai pendukung pariwisata, khususnya

1. Listrik: Kampung Semanggi menggunakan listrik dari PLN.

2. Air Bersih: Air PDAM digunakan dalam sistem pengelolaan air bersih Kampung Semanggi.

3. Air kotor: masuk ke Sungai Sememi dari selokan yang menghubungkan kampung.

4. Pembuangan Sampah: Sampah dari Kampung Semanggi dikumpulkan dan dibawa ke TPS Kendung di depan Rumah Sakit Umum Daerah Bhakti Dharma Husada Surabaya setiap dua hari sekali untuk diproses dan dibuang.

5. Penerangan Jalan Umum (PJU): Wilayah ini sudah memiliki beberapa lokasi PJU (penerangan jalan umum).

Aksesibilitas

Sedangkan pada kenyataan di lapangan, Jalan utama berada di jl kendung dengan lebar jalan berukuran 6 meter, dengan kondisi jalan aspal yang terdapat lubang di beberapa area. Jalan ini bisa dilintasi jenis transportasi mobil, truk kecil, bus, sepeda motor, sepeda, dan pejalan kaki. Sehingga pada aksesibilitas bisa dikatakan mudah untuk dijangkau juga kondisi jalan utama



Gambar 8. Kondisi jalan kendung (jalan utama)

Sumber : google maps, 2023

Jalan kampung semanggi sendiri kondisinya sudah baik dengan lebar jalan 3,5 meter penutup jalan memakai paving. Pada jalan ini yang bisa dilalui mobil berukuran kecil hingga sedang, sepeda motor, sepeda, dan pejalan kaki selama tidak ada penghalang atau batasan tambahan di jalan tersebut.

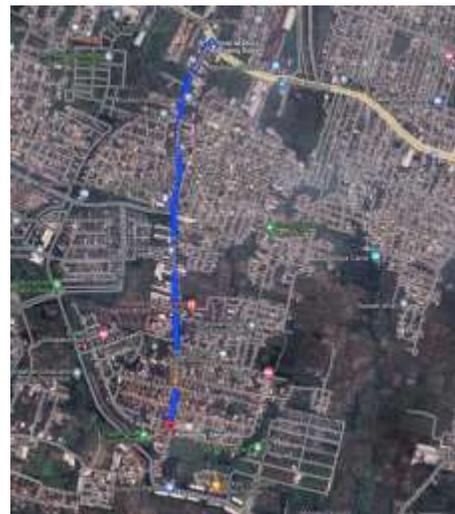


Gambar 9. Kondisi jalan kampung semanggi (jalan permukiman)

Sumber : google maps, 2023

Berikut jalan yang bisa dilalui untuk menuju kampung semanggi Surabaya dan jenis kendaraan ;

Utara = transportasi umum terdekat yang beroperasi dari arah utara (melalui jl raya sememi) menuju kampung semanggi yaitu ; bis dan angkot dengan nomor BJ, BP, DKB, FD1, Z, Z1. Transportasi umum ini bisa berhenti di terminal bus yang ada di jl raya sememi dan melanjutkan naik ojek online atau berjalan kaki sekitar 1,6 km untuk menuju lokasi wisata.



Gambar 10. Aksesibilitas dari arah utara kampung semanggi

Sumber : google maps, 2023

Selatan = arah Selatan merupakan jalan alasa malang yang merupakan area komersial milik citraland dan pakuwon grup, jalan tersebut bisa diakses umum dengan lebar jalan 10,7 meter. Jika melewati jalan ini, semua

jenis kendaraan bisa masuk tetapi transportasi umum tidak melewati area tersebut.



Gambar 11. Aksesibilitas dari arah selatan kampung semanggi
Sumber : google maps, 2023

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat di simpulkan pengembangan destinasi pariwisata pada kampung semanggi menurut 3A;

Atraksi, pada pembahasan ini atraksi buatan yang tidak Nampak dalam Kawasan, dalam kawasan saat in tidak ada yang mendukung lokalitas kampung berupa semanggi, hal-hal yang ada saat ini adalah hal umum.

Amenitas, fasilitas wisata berupa penginapan, Kamar mandi, layanan informasi, dan pemandu wisata belum ada pada kampung ini.

Aksesibilitas, pada pelayanan aksesibilitas daerah Surabaya barat termasuk area pengembangan

Masih banyak yang perlu dijadikan pengembangan, pada pengembangan kampung diharuskan secara merata menurut 3A, karena pengembangan kampung wisata semanggi ini dimaksudkan untuk menjadi pariwisata yang dapat mengiklankan, membina, dan mempromosikan barang-barang cinderamata semanggi di Surabaya. Konsep kampung wisata semanggi Surabaya perlu dibangun dengan mengeksplorasi potensi yang ada sehingga dapat mencerminkan karakter dan budaya lokalnya.

Saran

Saran yang penulis berikan pada penelitian ini yaitu dibutuhkan strategi yang matang untuk pengembangan kampung semanggi serta kreativitas untuk menciptakan teknologi yang lebih ramah lingkungan, mengurangi limbah, atau meningkatkan efisiensi. Keberlanjutan dapat ditegakkan dengan merangkul teknologi ramah lingkungan terbaru dan tetap terbuka terhadap ide-ide baru. Setelah itu perlu dilakukan pemantauan dan evaluasi kedepannya untuk mengawasi langkah-langkah pengembangan yang telah diterapkan. Penilaian yang sering dilakukan akan membantu menentukan area yang membutuhkan pengembangan atau peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Middleton, Victor T. C. (2001). *Marketing in Travel and Tourism 3 rd Edition*. Bodmin: MPG Books Ltd.
- Kementrian Pariwisata. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan dalam pasal 1*
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional. (2019). *Lampiran Rancangan Teknokratik: RPJMN 2020-2024*. In K. P. Nasional, *Rancangan Teknokratik: RPJMN 2020-2024*. Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Setyawan, Sekar. (2022). *JURNAL KEPARIWISATAAN INDONESIA - PENGEMBANGAN DESA WISATA BERKONSEP KAPASITAS INOVASI DAERAHDI DESATANJUNGJAYA, KABUPATEN PANDEGLANG, PROVINSI BANTEN*.
- Putri, Meliana & Mubaroq, Husni. (2022). *Strategi Pengimplementasian Konsep Kampung Tematik sebagai Wujud Masyarakat untuk Mengentaskan Desa 3T (Studi kasus: Kampung Tematik Kecamatan Kademangan Kota*

- Probolinggo). *Jurnal Studi Inovasi*. 2. 1-8. 10.52000/jsi.v2i1.72.
- Tamara, A. P., & Rahdriawan, M. (2018). Kajian Pelaksanaan Konsep Kampung Tematik di Kampung Hidroponik Kelurahan Tanjung Mas Kota Semarang, *Jurnal Wilayah dan Lingkungan*, 6(1), 40-57. DOI: 10.14710/jwl.6.1.40-57
- Mintorogo DS, Canadarma WW, Juniwati A (2015) Application of coconut fibres as outer eco-insulation to control solar heat radiation on horizontal concrete slab rooftop. PhD dissertation, Petra Christian University
- Syarifa, N. H., & Wijaya, A. (2019). Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Pemberdayaan melalui Program Kampung Tematik (Studi Kasus di Kampung Batik Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Semarang Timur Kota Semarang). *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, 8(1), 515–531.