

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sebagai pemukiman tua yang telah berumur, Surabaya ternyata banyak menyimpan asset wisata yang potensial, antara lain :

- Wisata situs kota lama, dengan obyek : situs pemukiman Eropa dan Cina dengan arsitekturnya yang karakteristik.
- Wisata alam, dengan obyek : Kebun Binatang, Pantai Kenjeran, Jurang Kuping dan berbagai obyek wisata alam lainnya.
- Wisata belanja, dengan obyek : Central Business District (CBD) Kembang Jepun dan CBD Tunjungan.
- Wisata budaya, dengan obyek : pentas tari Remo, ludruk dan beberapa wisata budaya lainnya.

Di usianya yang semakin tua, justru tidak membuat kepariwisataan Surabaya semakin tenggelam, tapi justru semakin berkembang. Hal ini terbukti dari munculnya satu lagi daya tarik di Surabaya, yaitu Pusat Kya Kya yang terletak di kawasan Kembang Jepun, dimana bisa ditemukan berbagai macam makanan beserta arsitektur khas Tionghoa di sini.

Sebetulnya kawasan Kembang Jepun sendiri sudah ada sejak lama dan dikenal sebagai Kampung Cina atau Pecinan yang terkenal dengan kawasan perdagangan, malam harinya di beberapa sudut kawasan ini bisa ditemukan depot-depot kaki lima yang menjual berbagai aneka makanan, mulai dari mie ayam hingga sea food bahkan Chinese food. Namun sekarang terlebih sejak hadirnya Pusat Kya-Kya Kembang Jepun, depot-depot ini semakin diperbanyak jumlahnya menjadi stan-stan yang menjual berbagai macam makanan mulai dari makanan khas Indonesia hingga Seafood yang tertata rapi memadati sepanjang pinggir jalan Kembang Jepun, belum ditambah lagi dengan ornamen-ornamen khas China yang terlihat dengan gapura pintu masuk menuju Kya-Kya hingga lampion dan segala macam dekorasinya. (Jawa Pos, Minggu 1 Juni 2003)

Sejak hari pertama dibukanya Pusat Kya Kya yang bertepatan persis dengan Hari Ulang Tahun Surabaya, warga terlihat sangat antusias untuk datang ke Pusat Kya Kya dan mencicipi makanan di sana (Jawa Pos, Senin 2 Juni 2003).

Setelah berjalan sekitar tiga bulan, Pusat Kya-Kya Kembang Jepun terlihat semakin diminati pengunjungnya terutama di saat akhir pekan. Bahkan beberapa artis ibukota dan tokoh masyarakat yang datang dari luar Surabaya hampir selalu menyempatkan diri berkunjung ke sana. Melihat antusiasme dan respon pengunjung yang begitu besar ini, Pusat Kya-Kya Kembang Jepun bisa dikatakan sudah menjadi salah satu daya tarik di Surabaya. Untuk mempertahankan kondisi ini, tentunya pihak pengelola PT. Kya Kya perlu mengetahui keinginan pengunjung selaku konsumen, karena memenuhi keinginan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha agar nantinya Pusat Kya Kya Kembang Jepun dapat menjadi tujuan tempat makan dan jalan-jalan yang tetap terus digemari oleh masyarakat.

1.2. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis akan merumuskan permasalahan sebagai berikut :

Bagaimana perilaku pengunjung dan pendapat mereka terhadap keberadaan Pusat Kya-Kya Kembang Jepun Surabaya ?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari perumusan permasalahan di atas, penulis jabarkan tujuan penelitian tentang perilaku pengunjung dan pendapat mereka selaku konsumen terhadap keberadaan Pusat Kya Kya Kembang Jepun Surabaya, yaitu :

- Perilaku pengunjung selaku konsumen Pusat Kya Kya Kembang Jepun.
- Pendapat mereka tentang manajemen (pengelolaan) Pusat Kya Kya Kembang Jepun.
- Persepsi mereka mengenai Pusat Kya Kya Kembang Jepun itu sendiri.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak pengelola PT. Kya-Kya, sebagai masukan dalam manajemen, pengelolaan dan pengembangan lebih lanjut, sehingga mereka dapat memenuhi apa yang menjadi keinginan dan kepuasan pengunjung selaku konsumen.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Banyak pihak yang terkait dengan keberadaan Pusat Kya Kya Kembang Jepun, seperti Dinas Pariwisata Daerah Surabaya(Disparda), Pemerintah Kota Surabaya (Pemkot), manajemen PT. Kya Kya, masyarakat sekitar dan pengunjung, tetapi dalam penelitian ini penulis hanya mengambil pengunjung selaku subyek penelitian dan Pusat Kya Kya Kembang Jepun sendiri sebagai tujuan tempat makan dan jalan-jalan. Sedangkan manajemen yang dimaksud disini adalah pengelolaan, meliputi fasilitas, pelayanan, keamanan, kebersihan dan hiburan.

1.6. Kerangka Pembahasan

