

**REVITALISASI TAMAN HARMONI UNTUK MENARIK KUNJUNGAN
WISATAWAN REVITALIZATION OF TAMAN HARMONI TO ATTRACT
TOURIST VISITS**

Gabriel Brilliantanti¹, Ety Dwi Susanti²

¹²Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

1gabrielbrilliant10@gmail.com, 2etydwisusanti@gmail.com

ABSTRACT

This study analyzes the effectiveness of physical revitalization at Taman Harmoni Surabaya (the former Keputih landfill) in transforming its destination image and enhancing its urban eco-tourism appeal. Using a descriptive qualitative case-study method, data were collected through interviews, observation, and documentation involving three purposively sampled informants — individuals familiar with the area’s history and first-time visitors. Data were analyzed using the interactive model of Miles et al. (2014), comprising data reduction, data display, and conclusion drawing. The results indicate that landscape transformation through aesthetic elements, such as Tabebuia trees, thematic continent-based zones, and a bamboo-forest culinary area, effectively eliminates past negative stigma associated with the site’s history as a landfill. Organic user-generated content on Instagram and TikTok further amplified the destination’s digital exposure, attracting domestic and international visitors. This physical and digital optimization has established Taman Harmoni as a healthy, sustainable public space and a determining factor in increasing tourist visits.

Keywords: *Tourist Visit Interest; Land Revitalization; Taman Harmoni Surabaya; Urban Eco-tourism*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis efektivitas revitalisasi fisik Taman Harmoni Surabaya (eks-TPA Keputih) dalam mengubah citra destinasi dan meningkatkan daya tarik urban eco-tourism. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap tiga informan yang dipilih secara purposive sampling, yaitu informan yang memahami sejarah kawasan dan pengunjung yang baru pertama kali berkunjung. Analisis data menggunakan model interaktif Miles dkk. (2014) yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi lanskap melalui penambahan elemen estetis, seperti pohon Tabebuia, zona tematik enam benua, serta kawasan kuliner hutan bambu, efektif menghapus stigma negatif masa lalu kawasan sebagai bekas tempat pembuangan akhir. Konten buatan pengguna (UGC) yang menyebar secara organik di Instagram dan TikTok turut memperkuat eksposur digital destinasi

hingga menjangkau wisatawan mancanegara. Optimalisasi fisik dan digital ini berhasil menjadikan Taman Harmoni sebagai ruang publik yang sehat dan berkelanjutan sekaligus faktor penentu dalam meningkatkan volume kunjungan wisatawan.

Kata kunci: Minat Kunjung Wisatawan; Revitalisasi Lahan; Taman Harmoni Surabaya; Urban Eco-tourism

A. Pendahuluan

Taman Harmoni Surabaya merupakan salah satu destinasi wisata perkotaan yang lahir dari proses transformasi radikal lahan bekas Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Keputih yang beroperasi hingga tahun 2001. Revitalisasi lahan eks-TPA menjadi ruang terbuka hijau yang estetis dan fungsional merupakan langkah strategis Pemerintah Kota Surabaya dalam mewujudkan kota yang berkelanjutan sekaligus mendukung pengembangan sektor pariwisata berbasis lingkungan. Keberhasilan fisik transformasi ini menjadikan Taman Harmoni sebagai ikon *urban eco-tourism* yang menawarkan perpaduan antara keasrian alam, nilai edukatif, dan estetika visual yang tinggi. Namun, pertanyaan mendasar yang perlu dijawab adalah apakah keberhasilan revitalisasi fisik tersebut benar-benar mampu menarik dan mempertahankan minat kunjung

wisatawan secara konsisten dalam jangka panjang.

Fenomena *urban eco-tourism* semakin relevan di tengah meningkatnya kebutuhan masyarakat kota akan ruang hijau yang dapat berfungsi sebagai tempat pemulihan mental dan rekreasi sehari-hari. Pergeseran preferensi wisatawan dari destinasi buatan menuju ruang terbuka berbasis alam menjadi tren yang kuat di berbagai kota besar dunia, termasuk Indonesia (Le Hong & Hsu, 2022). Taman Harmoni hadir sebagai respons atas tren ini sekaligus sebagai bukti bahwa lahan yang sebelumnya dianggap tidak produktif, bahkan negatif bagi citra kota, dapat dikonversi menjadi aset pariwisata bernilai tinggi. Transformasi semacam ini sejalan dengan agenda pembangunan berkelanjutan yang mendorong kota-kota untuk menciptakan ruang terbuka yang meningkatkan kualitas hidup warganya.

Namun, revitalisasi fisik suatu lokasi tidak secara otomatis menjamin minat kunjung wisatawan yang stabil. Lupton dkk. (2023) menunjukkan bahwa destinasi berbasis ruang terbuka hijau dengan nilai estetika visual tinggi atau “instagramable” mencatat tingkat retensi pengunjung yang lebih baik dibandingkan destinasi konvensional. Taman Harmoni memiliki sejumlah daya tarik visual unggulan, antara lain pohon Tabebuia yang mekar menyerupai sakura, hutan bambu, serta penataan tanaman berdasarkan warna dan jenis yang menciptakan harmoni estetika tersendiri. Keunikan-keunikan ini secara teoretis merupakan modal besar dalam menarik wisatawan. Akan tetapi, stigma negatif sebagai bekas lokasi pembuangan sampah tetap menjadi hambatan psikologis yang nyata, khususnya bagi segmen wisatawan yang sangat memperhatikan aspek kebersihan dan keamanan lingkungan.

Manajemen taman kota yang mencakup penghijauan rutin, pemeliharaan fasilitas, serta pengawasan kebersihan yang ketat terbukti mampu meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengunjung (Ragilianty, 2024). Taman

Harmoni dikelola oleh Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Surabaya dengan pendekatan manajemen yang sistematis, tercermin dari kondisi taman yang terawat dan fasilitas pendukung yang memadai. Namun demikian, keberhasilan manajemen operasional semata belum cukup untuk menjawab pertanyaan besar mengenai efektivitas revitalisasi dalam menarik dan mempertahankan minat kunjung wisatawan secara berkelanjutan, terutama di tengah kompetisi destinasi wisata urban yang semakin ketat di Kota Surabaya.

Studi-studi terdahulu mengungkapkan bahwa banyak taman kota yang ramai pada periode awal pembukaan namun mengalami penurunan kunjungan dalam jangka menengah karena gagal membangun daya tarik yang konsisten di benak masyarakat (Valente dkk., 2022). Fenomena ini mengindikasikan bahwa revitalisasi fisik harus disertai upaya non-fisik agar daya tarik destinasi dapat bertahan lama. Dalam konteks ini, konsep *destination branding* menjadi instrumen strategis yang tidak hanya membentuk identitas destinasi, tetapi juga membangun persepsi positif jangka panjang di benak

wisatawan (Kusumaningrum, 2022; Phung & Nguyen, 2023). Garanti dkk. (2024) menegaskan bahwa *branding* tempat yang berkelanjutan secara konsisten berkontribusi pada peningkatan niat kunjung dan loyalitas wisatawan, sementara Lv dkk. (2024) membuktikan bahwa ruang hijau urban memiliki potensi besar sebagai aset pariwisata berkelanjutan yang mendorong pertumbuhan ekonomi hijau. Lebih lanjut, Aboalganam dkk. (2025) menunjukkan bahwa *User-Generated Content* (UGC) di media sosial secara signifikan memengaruhi minat kunjung wisatawan melalui pembentukan citra destinasi yang autentik dan terpercaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas revitalisasi Taman Harmoni dalam menarik minat kunjung wisatawan serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya. Masalah tersebut dipecahkan melalui pendekatan deskriptif kualitatif dengan observasi lapangan dan wawancara mendalam kepada wisatawan guna mendapatkan persepsi komprehensif terhadap transformasi lahan eks-TPA ini.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang mendalam, sistematis, dan faktual mengenai fenomena implementasi revitalisasi Taman Harmoni Surabaya dan kaitannya dengan minat kunjung wisatawan. Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti mengeksplorasi secara spesifik konteks pengelolaan destinasi wisata berbasis ruang terbuka hijau yang lahir dari transformasi lahan eks-TPA, serta memahami perspektif berbagai pihak yang terlibat secara langsung (Creswell, 2022).

Lokasi penelitian adalah kawasan Taman Harmoni Surabaya yang berlokasi di Jalan Keputih Tegal Timur II No. 249, Kecamatan Sukolilo, Surabaya. Penelitian dilaksanakan selama satu bulan, yaitu pada April 2026. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keunikan karakteristik taman sebagai destinasi wisata yang lahir dari revitalisasi lahan bekas TPA, sehingga relevan untuk dikaji dari

sudut pandang daya tarik wisata dan minat kunjung.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara semiterstruktur dilakukan terhadap tiga informan utama yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* (Sugiyono, 2018), yaitu individu yang mengetahui sejarah kawasan Taman Harmoni sebelum dialihfungsikan (eks-TPA) dan pengunjung yang baru pertama kali berkunjung. Kelompok pertama penting untuk mengukur keberhasilan strategi *rebranding* pengelola dalam mengubah stigma negatif masa lalu, sedangkan kelompok kedua digunakan untuk menilai efektivitas saluran promosi yang paling berhasil mendatangkan wisatawan baru.

Observasi langsung dilakukan terhadap kondisi fisik taman, aktivitas pengunjung, serta dinamika sosial di lokasi, yang diarahkan pada tiga komponen utama: tempat (kondisi dan fasilitas kawasan), pengunjung, serta aktivitas (pola kunjungan, interaksi sosial, dan respons pengunjung terhadap daya tarik taman).

Dokumentasi mencakup arsip foto kondisi taman, data kunjungan, brosur, materi publikasi digital, serta ulasan wisatawan pada platform Google Maps, yang digunakan untuk memvalidasi informasi hasil wawancara dan observasi.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dkk. (2014) yang mencakup tiga tahap berkesinambungan. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu memilah dan memfokuskan data yang relevan dengan topik revitalisasi dan minat kunjung dari keseluruhan data yang terkumpul. Tahap kedua adalah penyajian data dalam bentuk narasi untuk mempermudah identifikasi pola dan keterkaitan antar-temuan. Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan secara bertahap dan diperkuat oleh bukti lapangan serta data dokumentasi, sehingga menghasilkan temuan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

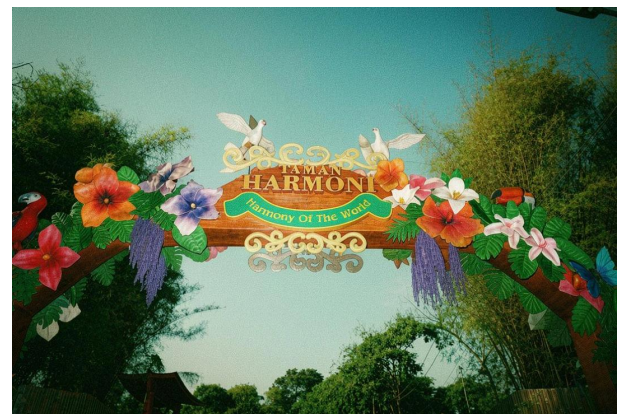
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan
Hasil Revitalisasi Taman Harmoni
Surabaya

Proses analisis data dilaksanakan menggunakan model interaktif Miles dkk. (2014) yang diterapkan secara ketat dalam tiga tahapan berkesinambungan. Pada tahap reduksi data, peneliti memilah dan memfokuskan data inti yang berkaitan langsung dengan tema revitalisasi dan minat kunjung wisatawan dari keseluruhan korpus data yang terkumpul melalui wawancara, observasi lapangan, dan dokumentasi. Proses seleksi ini memastikan bahwa hanya data yang relevan dan memiliki bobot bukti memadai yang diikutsertakan dalam analisis lebih lanjut.

Pada tahap penyajian data, temuan lapangan disusun secara sistematis dalam bentuk narasi deskriptif terstruktur sehingga pola keterkaitan antara variabel revitalisasi fisik dan respons wisatawan dapat teridentifikasi secara jelas. Tahap penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dan senantiasa dikonfirmasi oleh bukti lapangan konkret serta data dokumentasi resmi, sehingga seluruh temuan

memenuhi standar pertanggungjawaban ilmiah. Penerapan model ini terbukti menghasilkan temuan yang koheren dan dapat diandalkan sebagaimana diuraikan berikut.

a. Transformasi Fisik dan Penataan
Kawasan Tematik



Gambar 1. Taman Harmoni Surabaya
Sumber: Dokumentasi, 2026

Data observasi lapangan mengungkapkan bahwa dari sisi konsep penataan kawasan, area seluas kurang lebih sembilan hektare ini telah ditransformasi menjadi taman tematik yang terbagi dalam enam zona, masing-masing merepresentasikan enam benua di dunia. Zona Amerika menampilkan patung bison dari bahan daur ulang, zona Asia dihiasi payung khas Cina, Jepang, dan Thailand, zona Afrika menghadirkan patung gajah ikonik, dan zona Indonesia diwakili ikon merak merah dengan

ekor tersusun dari tanaman berwarna-warni.

Guna memaksimalkan pengalaman visual pengunjung, Dinas Lingkungan Hidup Kota Surabaya membangun andang atau panggung pandang yang memungkinkan wisatawan menyaksikan keindahan ikon-ikon tersebut dari perspektif ketinggian. Temuan lapangan membuktikan bahwa konsep pembagian zona berbasis benua ini tidak sekadar menghadirkan nilai estetika tinggi, tetapi juga efektif menanamkan nilai edukatif yang memperkenalkan pengunjung pada keanekaragaman budaya dunia dalam satu kawasan terpadu.

Observasi terhadap perilaku pengunjung mengonfirmasi bahwa fasilitas taman dirancang sesuai standar Ruang Bermain Ramah Anak (RBRA), mulai dari area bermain yang aman dan memenuhi standar keselamatan anak hingga ruang terbuka yang difungsikan sebagai panggung pentas seni. Pendekatan desain inklusif ini menjadikan Taman Harmoni mampu memenuhi kebutuhan berbagai segmen pengunjung secara bersamaan, mulai dari

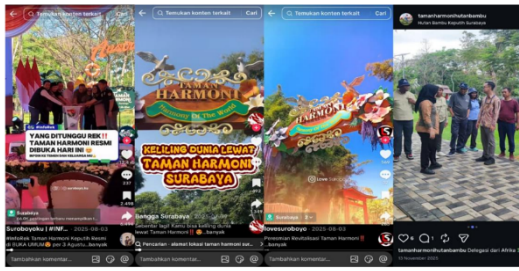
keluarga dengan anak kecil, remaja, hingga orang dewasa.

b. Peningkatan Eksposur Digital dan Daya Tarik Wisata

Hasil reduksi data menunjukkan bahwa revitalisasi Taman Harmoni Surabaya telah menghasilkan perubahan yang nyata dan terukur, sebagaimana dibuktikan oleh meningkatnya eksposur publik terhadap kawasan ini melalui penyebaran konten di berbagai platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Data observasi lapangan mengonfirmasi bahwa peningkatan eksposur digital ini bukan fenomena acak, melainkan dampak langsung dan terencana dari pembangunan fasilitas-fasilitas baru oleh Pemerintah Kota Surabaya, sebagaimana dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Eksposur Digital Taman Harmoni Surabaya di Media Sosial					
No	Platform	Akun/Lokasi	Jenis Konten	Interaksi	Keterangan
1	Instagram	@tamanharmoniurbanbumi	Foto dan video kawasan taman tematik, zona bermain, kuliner Samping, dan spot Instagramable hutan bambu	Penyebaran konten secara massal oleh pengunjung	Taman Harmoni turut menerima kunjungan wisatawan, terlihat dari kedatangan delegasi Kota Mangerang, Afrika Selatan, dalam rangka peninjauan kota sama internasional
2	TikTok	Taman Harmoni Kuputh (@bunurboyo)	Video foto pembukaan resmi Taman Harmoni Kuputh (3 Agustus 2025)	12.300 likes, 239 komentar	Konten viral pasca pembukaan resmi menunjukkan antusiasme publik atas revitalisasi taman
3	TikTok	Taman Harmoni Kuputh (@bangsurasurabaya)	Video progres revitalisasi Taman Harmoni dipandu langsung Wakil Kota Eni Chelydi	3.157 likes, 179 komentar	Konten oleh akun resmi Pemerintah Kota Surabaya menunjukkan perkembangan, promosi, dan kegiatan lokal
4	TikTok	Taman Harmoni Kuputh (@bunurboyo)	Video vlog kawasan hutan bambu sebagai spot foto hits di Surabaya	254 likes, 41 komentar	Konten organik kreator lokal menunjukkan daya tarik visual hutan bambu sebagai magnet konten media sosial
5	TikTok	Taman Harmoni Kuputh (@gempet.konten)	Borongan konten wisata dari berbagai kreator dengan tag #tamanharmoni Surabaya hits di TikTok 2026	Peningkat 43 oleh wisata Surabaya hits di TikTok 2026	Eksposur digital taman melampaui batas regional, menjangkau audiens nasional dan internasional secara organik tanpa biaya pemasaran tambahan

Sumber: Observasi lapangan dan dokumentasi data media sosial, 2025.



Gambar 2. Tangkapan Layar Media Sosial Taman Harmoni
Sumber: Dokumentasi oleh peneliti, 2025

Salah satu fasilitas yang terbukti paling berhasil menarik arus kunjungan adalah kawasan kuliner bertema “Pasar Ngisor Pring (Sorpring)”, tempat pengunjung dapat menikmati sajian kuliner tradisional hingga kekinian di bawah naungan hutan bambu yang rimbun. Hasil wawancara dengan pengunjung mengonfirmasi bahwa pengalaman kuliner yang autentik di lingkungan alam tersebut secara konsisten mendorong terciptanya konten organik yang disebarluaskan secara sukarela di media sosial, sehingga jangkauan promosi taman meluas secara eksponensial tanpa memerlukan anggaran pemasaran tambahan yang signifikan.

c. Jangkauan Wisatawan Internasional

Data wawancara yang diperoleh dari Kepala Dinas Lingkungan Hidup (DLH) Kota Surabaya, Dedik Irianto, melalui Suara Surabaya memberikan bukti institusional yang kuat atas temuan lapangan tersebut.

Pernyataan resmi beliau menegaskan bahwa Taman Harmoni tidak sekadar difungsikan sebagai ruang terbuka hijau biasa, melainkan dirancang secara terencana sebagai wahana edukasi dan destinasi wisata yang menyeluruh, dengan target tidak hanya wisatawan domestik tetapi juga pasar wisatawan mancanegara sebagai orientasi jangka panjang.

Fakta lapangan memvalidasi pernyataan ini, yaitu tercatatnya kunjungan rombongan wisatawan dari Malaysia yang datang setelah menyaksikan konten Taman Harmoni melalui platform YouTube, bahkan ketika kawasan tersebut masih dalam tahap penyelesaian pembangunan. Bukti ini menegaskan bahwa daya tarik Taman Harmoni telah melampaui batas regional dan berhasil menjangkau segmen wisatawan internasional — sebuah pencapaian yang signifikan mengingat rekam jejak kawasan ini sebagai eks-TPA Keputih yang ditutup paksa pada tahun 2001 akibat tekanan protes warga.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan keseluruhan temuan yang diperoleh melalui tiga tahapan analisis Miles dkk. (2014), dapat ditegaskan bahwa revitalisasi Taman Harmoni bukan sekadar proyek fisik

yang bersifat tunggal dan parsial. Bukti-bukti lapangan secara konsisten menunjukkan bahwa kawasan ini merupakan bagian integral dari ekosistem pembangunan pariwisata yang terencana, berkelanjutan, dan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui pengembangan sektor wisata urban yang komprehensif.

a. Revitalisasi sebagai Rekonstruksi Identitas Kawasan

Transformasi dari lokasi yang sebelumnya menjadi sumber konflik sosial menjadi destinasi yang mampu menarik kunjungan wisatawan asing secara nyata merupakan bukti paling kuat atas keberhasilan revitalisasi dalam merekonstruksi identitas kawasan secara menyeluruh dan tuntas. Keberhasilan Taman Harmoni dalam mengubah stigma eks-TPA Keputih menjadi destinasi wisata mencerminkan bahwa revitalisasi yang direncanakan dengan baik tidak hanya mampu memulihkan fungsi ruang publik, tetapi juga menciptakan nilai tambah sosial, ekonomi, dan budaya yang signifikan bagi masyarakat sekitar.

Temuan ini sejalan dengan konsep revitalisasi kawasan yang menekankan pentingnya pendekatan

holistik, yaitu pendekatan yang tidak hanya berfokus pada pembenahan fisik, tetapi juga mempertimbangkan aspek sosial, budaya, dan ekologi secara terpadu. Garanti dkk. (2024) menegaskan bahwa *destination branding* yang berkelanjutan, yang memadukan nilai ekologis dan identitas budaya lokal, secara konsisten menghasilkan respons positif dari wisatawan berupa peningkatan niat kunjung dan rekomendasi. Senada dengan hal ini, Lv dkk. (2024) membuktikan bahwa ruang hijau urban yang dikelola secara berkelanjutan mampu berfungsi sebagai daya tarik wisata sekaligus pendorong pertumbuhan ekonomi hijau yang inklusif. Konsep taman tematik berbasis enam benua yang diterapkan di Taman Harmoni terbukti menjawab kebutuhan berbagai segmen pengunjung sekaligus menanamkan nilai edukatif lintas budaya kepada masyarakat.

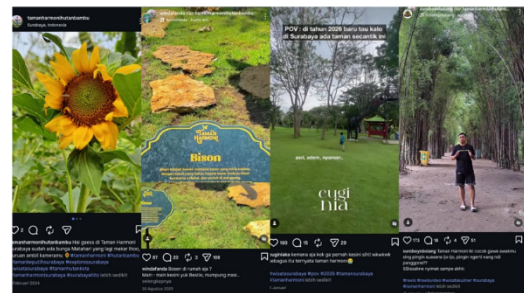
b. Peran Media Sosial dalam Promosi Destinasi Wisata Urban

Temuan penelitian ini memperkuat pemahaman tentang peran strategis media sosial sebagai instrumen promosi destinasi wisata yang efektif dan efisien. Hal ini sejalan dengan temuan Aboalghanam dkk. (2025) yang

membuktikan bahwa UGC secara signifikan memengaruhi minat kunjung wisatawan melalui pembentukan citra destinasi, serta studi Phung dan Nguyen (2023) yang menegaskan bahwa branding pariwisata berkelanjutan harus mengintegrasikan dimensi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran destinasi.

Analisis data media sosial Taman Harmoni periode 2024–2026 menunjukkan pergeseran pola interaksi yang signifikan pasca-revitalisasi. Pada 2024, unggahan statis menghasilkan interaksi yang sangat minim. Namun pada 2025–2026, pemanfaatan format video dan *User Generated Content* (UGC) menghasilkan lonjakan keterlibatan. Metrik *shares* (hingga 51 kali) dan *saves* (mencapai 444 kali) menjadi indikator paling valid untuk mengukur *visit intention*, yang mewakili tahap *desire* (keinginan kuat) dan advokasi e-WOM (rekomendasi digital). Penyebaran konten organik oleh pengunjung melalui Instagram, TikTok, dan YouTube telah memperluas jangkauan promosi Taman Harmoni jauh melampaui batas wilayah lokal tanpa memerlukan anggaran pemasaran yang besar.

Fenomena ini menunjukkan bahwa pengembangan fasilitas yang berorientasi pada penciptaan pengalaman bernilai estetika tinggi dan layak dibagikan di media sosial merupakan strategi promosi yang sangat relevan di era digital.



Gambar 3. Interaksi Konten Media Sosial Taman Harmoni
Sumber: Olahan peneliti (tangkapan layar media sosial), 2026

Tingginya minat di ranah digital tersebut terbukti valid dan terkonversi menjadi kunjungan nyata di lapangan. Puncak interaksi media sosial pada akhir 2025 dan awal 2026 selaras dengan data kunjungan faktual yang menembus 40.000 wisatawan selama periode Natal dan Tahun Baru 2025–2026, sebagaimana diungkapkan oleh Koordinator Pengelolaan Taman Harmoni Surabaya, Bagus Ali Rohman. Capaian ini semakin bermakna mengingat Taman Harmoni baru diresmikan pada Agustus 2025, sehingga angka kunjungan tersebut diraih dalam kurun waktu kurang dari satu tahun sejak peresmian. Hal ini menegaskan bahwa interaksi media sosial, khususnya fitur *saves* dan

shares, merupakan prediktor yang valid dan akurat terhadap peningkatan kunjungan fisik wisatawan. Dalam konteks ini, kawasan kuliner “Pasar Ngisor Pring (Sorpring)” berfungsi bukan hanya sebagai fasilitas penunjang, tetapi juga sebagai magnet konten yang secara otomatis mendorong pengunjung untuk mendokumentasikan dan menyebarluaskan pengalaman mereka. Keberhasilan pendekatan ini menegaskan pentingnya mempertimbangkan dimensi konektivitas digital dalam setiap perencanaan dan pengembangan destinasi wisata urban.

c. Komitmen Institusional dan Keberlanjutan Pengembangan

Keberhasilan revitalisasi fisik Taman Harmoni diperkuat secara institusional oleh komitmen resmi Pemkot Surabaya yang terdokumentasi dalam pernyataan kebijakan publik. Data wawancara dengan Wali Kota Surabaya, Eri Cahyadi, dalam pemberitaan Jawa Pos membuktikan bahwa dalam rencana anggaran tahun 2026–2027, pembenahan akses jalan menuju sejumlah destinasi wisata, termasuk Taman Harmoni, telah ditetapkan sebagai prioritas utama pemerintah kota. Pernyataan

resmi beliau memastikan bahwa kawasan seluas delapan hektare ini akan terus dikembangkan, dengan Pemkot Surabaya secara konkret berencana menyiapkan sejumlah fasilitas infrastruktur pendukung guna meningkatkan aksesibilitas wisatawan.

Rencana tersebut mencakup penyediaan sarana transportasi khusus serta pelebaran jalur akses menuju Taman Harmoni, termasuk pembangunan jalan kembar dari kawasan MERR hingga ke lokasi taman. Komitmen pemerintah ini mencerminkan pemahaman bahwa keberhasilan suatu destinasi wisata ditentukan tidak hanya oleh kualitas atraksinya, tetapi juga oleh keterjangkauan dan kemudahan akses yang ditawarkan kepada pengunjung. Dengan demikian, keberlanjutan pengembangan Taman Harmoni tidak hanya bergantung pada kualitas fasilitas wisata yang ada, tetapi juga pada keseriusan komitmen pemerintah dalam menyediakan infrastruktur pendukung yang memadai dan berkesinambungan.

d. Dampak Ekonomi bagi Masyarakat Sekitar



Gambar 4. Kawasan Kuliner Pasar Ngisor Pring (Sorpring)

Sumber: Dokumentasi olahan peneliti, 2026

Revitalisasi Taman Harmoni memberikan dampak ekonomi yang positif bagi masyarakat sekitar, khususnya melalui keberadaan kawasan kuliner Pasar Ngisor Pring (Sorpring) yang dikelola secara tematik dan terstruktur. Di kawasan ini, masyarakat sekitar mendapat kesempatan berjualan dengan sistem transaksi yang unik, yaitu menggunakan deposit uang kayu bernuansa tradisional, sehingga menciptakan ekosistem transaksi

yang khas sekaligus memperkuat identitas budaya lokal kawasan.

Pola ini tidak hanya membuka peluang usaha bagi pedagang lokal, tetapi juga menambah nilai pengalaman wisata yang autentik bagi pengunjung. Keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan ekonomi taman ini sejalan dengan prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan yang menempatkan komunitas lokal sebagai pelaku aktif, bukan sekadar penonton, dalam pertumbuhan sektor wisata kawasan.

e. Tantangan dan Kelemahan Destinasi

Di balik keberhasilan revitalisasi, Taman Harmoni masih menghadapi sejumlah tantangan nyata yang perlu mendapat perhatian serius. Pertama, persoalan kebersihan yang bersumber dari perilaku pengunjung. Mengingat latar belakang kawasan ini sebagai bekas TPA Keputih, ironi yang terjadi adalah masih ditemukannya sampah berserakan di berbagai sudut taman meskipun petugas kebersihan telah berjaga dan berkeliling secara rutin. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kesadaran lingkungan sebagian pengunjung belum sepenuhnya terbentuk dan upaya edukasi perilaku wisatawan

perlu ditingkatkan secara konsisten agar tidak menggerus citra bersih yang telah dibangun melalui revitalisasi.

Kedua, persoalan visibilitas dan aksesibilitas. Taman Harmoni tidak terlihat langsung dari jalan utama, sehingga pengunjung perlu masuk lebih jauh ke dalam kawasan untuk menemukan taman ini. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya tingkat kesadaran publik terhadap keberadaan destinasi ini, khususnya bagi calon wisatawan yang melintas tanpa terlebih dahulu mencari informasi secara aktif. Kedua tantangan ini relevan sebagai bahan evaluasi bagi pengelola, mengingat keberlanjutan sebuah destinasi wisata tidak hanya ditentukan oleh kualitas daya tarik fisiknya, tetapi juga oleh kemampuan manajemen dalam menjaga kenyamanan pengunjung dan meningkatkan keterjangkauan informasi secara konsisten.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa revitalisasi Taman Harmoni Surabaya terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik kawasan dan mendorong minat

kunjung wisatawan. Transformasi lahan eks-TPA Keputih menjadi taman tematik berskala luas yang dilengkapi berbagai fasilitas rekreasi, kuliner, dan edukasi telah berhasil membalikkan citra negatif kawasan secara fundamental. Kehadiran fasilitas ikonik seperti Pasar Ngisor Pring (Sorpring), zona tematik enam benua, area bermain ramah anak, serta panggung pandang telah menciptakan proposisi nilai yang unik dan kompetitif di antara destinasi wisata urban Kota Surabaya. Keberhasilan ini semakin diperkuat oleh fenomena viral di media sosial, dengan konten yang dihasilkan secara organik oleh pengunjung di Instagram dan TikTok menjadi instrumen promosi yang efektif dan menjangkau audiens yang jauh lebih luas, bahkan hingga mancanegara.

Antusiasme wisatawan internasional, yang dibuktikan dengan kunjungan rombongan dari Malaysia, menegaskan bahwa revitalisasi Taman Harmoni bukan sekadar intervensi fisik, melainkan sebuah strategi pembangunan destinasi yang berhasil merekonstruksi identitas kawasan secara menyeluruh dan menempatkannya sebagai ikon urban eco-tourism bertaraf internasional.

Komitmen Pemkot Surabaya untuk terus mengembangkan infrastruktur pendukung akses menuju Taman Harmoni pada tahun anggaran 2026–2027 semakin memperkuat fondasi keberlanjutan kawasan ini sebagai destinasi wisata unggulan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboalghanam, M., AlFraihat, R., & Tarabieh, K. (2025). The impact of user-generated content on tourist visit intentions: The mediating role of destination imagery. *Administrative Sciences*, 15(4), 117.
- Creswell, J. W. (2022). The 6th edition of research designs: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Sage Publications.
- Garanti, Z., Ilkhanizadeh, S., & Liasidou, S. (2024). Sustainable place branding and visitors responses: A systematic literature review. *Sustainability*, 16(8), 3312.
- Kusumaningrum, I. (2022). Research trends in sustainability and destination branding as systematic literature review. *Turisztikai Tanulmányok*, 7(4), 8–22.
- Le Hong, V., & Hsu, L. (2022). Healing tourism as the “new normal” in tourism industry: Through expert’s perspective. In *International Academic Conference on Tourism (INTACT) “Post Pandemic Tourism: Trends and Future Directions”* (pp. 3–19). Atlantis Press.
- Lupton, D., Wozniak O’Connor, V., Rose, M. C., & Watson, A. (2023). More-than-human wellbeing: Materialising the relations, affects, and agencies of health, kinship, and care. *Social Science & Medicine*.
- Lv, Y., Hao, B., Sarker, M. N. I., Zeng, X., & Hu, X. (2024). Exploring the nexus between urban green space and sustainable tourism: Potential for the green economy. *International Journal of Tourism Research*, 26(4), e2700.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. Sage Publications.

- Phung, T.-B., & Nguyen, D. V. P. (2023). Sustainable tourism branding: A bibliographic analysis. *Cogent Social Sciences*, 9(1), 2269708.
- Ragilianty, A. I. (2024). Optimizing green open space management as a tourist attraction: A study of bamboo forest and harmony park in Surabaya. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(6), 5558–5570.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syahira, M. P., Andayani, N. P., & Romadhan, M. I. (2025). Analisis perpaduan Taman Flora Bratang Surabaya dan Pantai Mutiara Renggalek sebagai model pengembangan wisata alam berbasis kota dan pesisir. *Panorama: Jurnal Kajian Pariwisata*, 4(2), 31–40.
- Valente, D., Marinelli, M. V., Lovello, E. M., Giannuzzi, C. G., & Petrosillo, I. (2022). Fostering the resiliency of urban landscape through the sustainable spatial planning of green spaces. *Land*, 11(3), 367.