Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
Vol 6 No 2 Tahun 2026
ISSN : 3031-5085

STRATEGI PEMASARAN JALAN KESAWAN SEBAGAI DESTINASI WISATA SEJARAH DI KOTA MEDAN

Alif Iwamus Sapa[1], Ilham Aditya Sirait[2], Sri Windari[3]
[123]Program Studi Sejarah Peradaban Islam, Fakultas Ilmu Sosial,
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Email: socrateus08@gmail.com, adithiyailham@gmail.com, 20201021008@student.uin-suka.ac.id

ABSTRACT

Kesawan Street is one of the most prominent historical heritage areas in Medan City, North Sumatra, with significant potential to be developed as a historical tourism destination. The area is characterized by colonial-era architecture, multicultural historical values, and its strategic role in the economic development of Medan during the plantation era. Despite its considerable tourism potential, Kesawan Street has not been optimally promoted due to limited marketing efforts, insufficient destination branding, and a lack of integrated tourism management. This study aims to analyze the tourism potential of Kesawan Street and formulate effective marketing strategies to strengthen its position as a historical tourism destination in North Sumatra. The research employs a qualitative descriptive method through literature review and secondary data analysis. The findings indicate that destination branding, digital marketing, heritage-based cultural events, stakeholder collaboration, and integrated tourism package development are effective strategies for enhancing destination competitiveness and increasing tourist arrivals. Therefore, sustainable and collaborative marketing efforts are essential to preserve the historical value of Kesawan Street while supporting tourism development and local economic growth.
***Keywords**: Historical Tourism, Destination Marketing, Heritage Tourism, Destination Branding, Kesawan Street*

ABSTRAK

Jalan Kesawan merupakan salah satu kawasan warisan sejarah yang paling menonjol di Kota Medan, Sumatera Utara, yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan

Article History
Received: Mei 2026
Reviewed: Mei 2026
Published: Mei 2026

Plagirism Checker
No 237.784537
Copyright : Author
Publish by :
Panorama

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
Vol 6 No 2 Tahun 2026
ISSN : 3031-5085

sebagai destinasi wisata sejarah. Kawasan ini ditandai dengan keberadaan bangunan berarsitektur kolonial, nilai sejarah multikultural, serta peran strategisnya dalam perkembangan ekonomi Kota Medan pada masa perkebunan. Meskipun memiliki potensi wisata yang besar, Jalan Kesawan belum dipromosikan secara optimal karena masih terbatasnya upaya pemasaran, belum kuatnya branding destinasi, serta kurangnya pengelolaan wisata yang terintegrasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi wisata Jalan Kesawan dan merumuskan strategi pemasaran yang efektif guna memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata sejarah di Sumatera Utara. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif melalui studi pustaka dan analisis data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa branding destinasi, pemasaran digital, penyelenggaraan event budaya berbasis heritage, kolaborasi antar pemangku kepentingan, serta pengembangan paket wisata terintegrasi merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing destinasi dan jumlah kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan upaya pemasaran yang berkelanjutan dan kolaboratif guna menjaga nilai sejarah Jalan Kesawan sekaligus mendukung pengembangan pariwisata dan pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal.
***Kata Kunci**: Wisata Sejarah, Pemasaran Destinasi, Wisata Heritage, Branding Destinasi, Jalan Kesawan.*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi dan pelestarian budaya. Jalan Kesawan memiliki nilai sejarah tinggi karena menjadi pusat perdagangan pada masa kolonial. Keberadaan bangunan heritage seperti Rumah Tjong A Fie dan Gedung London Sumatra memperkuat identitas kawasan. Namun potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat.

Dalam beberapa tahun terakhir, tren wisata berbasis sejarah dan budaya mengalami peningkatan baik di tingkat nasional maupun internasional. Wisatawan tidak hanya mencari pengalaman rekreasi, tetapi juga pengalaman edukatif yang memungkinkan mereka memahami sejarah, budaya, dan identitas suatu daerah. Kondisi ini membuka peluang bagi daerah yang memiliki kekayaan sejarah untuk mengembangkan destinasi wisata heritage sebagai daya tarik unggulan. Kota Medan sebagai salah satu kota

ISSN : 3031-5085

terbesar di Indonesia memiliki berbagai kawasan bersejarah yang berpotensi menjadi destinasi wisata sejarah, salah satunya adalah Jalan Kesawan.

Selain memberikan dampak ekonomi melalui peningkatan pendapatan masyarakat, sektor pariwisata juga berperan dalam pelestarian budaya dan sejarah. Salah satu kawasan bersejarah yang memiliki potensi besar di Kota Medan adalah Jalan Kesawan yang berada di sepanjang Jalan Ahmad Yani.

Kawasan Kesawan dikenal sebagai pusat perdagangan dan aktivitas ekonomi sejak akhir abad ke-19. Berbagai bangunan berarsitektur kolonial Belanda, rumah toko bersejarah, dan bangunan warisan budaya masih dapat ditemukan di kawasan ini. Kesawan juga menjadi bagian penting dari perkembangan Kota Medan sebagai pusat perkebunan tembakau Deli pada masa kolonial.

Dalam beberapa tahun terakhir, Pemerintah Kota Medan melakukan revitalisasi kawasan Kesawan melalui program Kesawan City Walk dan konsep "The Kitchen of Asia". Program tersebut menggabungkan unsur wisata sejarah, budaya, dan kuliner sehingga menjadikan kawasan ini lebih menarik bagi wisatawan.

Meskipun demikian, tingkat kunjungan wisatawan masih perlu ditingkatkan melalui strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, promosi yang dilakukan masih belum mampu membangun citra Jalan Kesawan sebagai destinasi wisata sejarah yang kuat di tingkat regional maupun nasional. Meskipun beberapa penelitian telah membahas potensi wisata sejarah dan pengembangan kawasan heritage di Kota Medan, kajian yang secara khusus mengulas strategi pemasaran Jalan Kesawan sebagai destinasi wisata sejarah masih relatif terbatas. Padahal, strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing destinasi, memperkuat branding kawasan, serta menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji strategi pemasaran yang dapat diterapkan dalam pengembangan Jalan Kesawan sebagai destinasi wisata Sejarah.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang dapat diterapkan guna meningkatkan daya tarik Jalan Kesawan sebagai destinasi wisata sejarah di Sumatera Utara.

KAJIAN PUSTAKA

Wisata sejarah merupakan salah satu bentuk wisata budaya yang memanfaatkan peninggalan sejarah sebagai daya tarik utama. Wisata sejarah tidak hanya memberikan pengalaman rekreasi, tetapi juga berfungsi sebagai media edukasi yang memungkinkan wisatawan memahami peristiwa, tokoh, serta perkembangan suatu wilayah pada masa lampau. Menurut Isdarmanto (2017), wisata sejarah memiliki nilai penting dalam menjaga identitas budaya sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pelestarian warisan budaya.

Kawasan Kesawan merupakan salah satu kawasan bersejarah di Kota Medan yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata sejarah. Penelitian menunjukkan bahwa Kesawan memiliki jumlah objek bersejarah terbanyak dibandingkan kawasan bersejarah lainnya di Kota Medan, dengan karakter arsitektur kolonial Belanda dan kawasan Pecinan (China Town) yang masih terlihat hingga saat ini.

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
Vol 6 No 2 Tahun 2026
ISSN : 3031-5085

Potensi tersebut menjadikan Kesawan sebagai kawasan dengan nilai wisata sejarah tertinggi di Kota Medan.

Pemasaran destinasi merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai suatu destinasi kepada wisatawan. Menurut Kotler, Bowen, dan Makens (2017), pemasaran destinasi bertujuan membangun citra positif sehingga destinasi memiliki daya saing yang kuat dibandingkan destinasi lainnya.

Morrison (2019) menjelaskan bahwa pemasaran destinasi tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga mencakup pengelolaan pengalaman wisatawan, pengembangan produk wisata, serta pembentukan identitas destinasi. Dalam konteks Jalan Kesawan, strategi pemasaran harus mampu mengangkat nilai sejarah, arsitektur kolonial, dan keragaman budaya sebagai keunggulan utama destinasi.

Destination branding merupakan upaya membangun identitas dan citra destinasi agar mudah dikenali oleh wisatawan. Branding yang efektif dapat meningkatkan daya tarik destinasi dan membedakannya dari destinasi lain yang memiliki karakteristik serupa. Penelitian mengenai place branding menunjukkan bahwa keberhasilan suatu destinasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan membangun identitas yang kuat dan konsisten melalui berbagai media komunikasi.

Dalam pengembangan wisata sejarah, branding dapat diwujudkan melalui narasi sejarah, logo, slogan, dan identitas visual yang menggambarkan karakter kawasan. Bagi Jalan Kesawan, branding sebagai kawasan heritage atau "Kota Tua Medan" dapat menjadi strategi untuk memperkuat citra destinasi di tingkat regional maupun nasional.

Heritage tourism atau wisata warisan budaya merupakan bentuk pariwisata yang berfokus pada pemanfaatan sumber daya budaya dan sejarah sebagai daya tarik utama. Wisata heritage berperan dalam melestarikan nilai-nilai budaya sekaligus memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal.

Penelitian mengenai pengembangan Kesawan sebagai cultural heritage tourism menunjukkan bahwa kawasan ini memiliki nilai arsitektur dan sejarah yang tinggi sehingga sangat potensial dikembangkan sebagai destinasi wisata budaya dan sejarah. Namun, pengelolaan sumber daya wisata dan strategi pemasaran yang tepat masih diperlukan untuk meningkatkan daya saing kawasan tersebut.

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola promosi destinasi wisata. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube menjadi sarana utama dalam memasarkan destinasi kepada wisatawan. Pemasaran digital memungkinkan destinasi menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah.

Penelitian terbaru mengenai transformasi digital kawasan Kesawan menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dan strategi branding mampu meningkatkan kunjungan wisatawan serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Pemanfaatan media digital juga membantu memperkuat citra Kesawan sebagai kawasan wisata heritage yang modern namun tetap mempertahankan nilai sejarahnya.

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
Vol 6 No 2 Tahun 2026
ISSN : 3031-5085

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang mendalam mengenai potensi dan strategi pemasaran Jalan Kesawan sebagai destinasi wisata sejarah di Sumatera Utara. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi secara alamiah dengan menekankan pada makna, proses, dan interpretasi terhadap data yang diperoleh. Melalui pendekatan deskriptif, penelitian ini berupaya menjelaskan kondisi eksisting Jalan Kesawan, potensi wisata sejarah yang dimiliki, serta strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya tarik destinasi tersebut.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka. Data dikumpulkan dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, buku, artikel penelitian, laporan pemerintah, dokumen resmi, serta publikasi yang berkaitan dengan wisata sejarah, pemasaran destinasi, dan pengembangan kawasan heritage. Selain itu, informasi mengenai Jalan Kesawan diperoleh dari berbagai sumber yang membahas sejarah kawasan, program revitalisasi Kesawan City Walk, serta kebijakan pengembangan pariwisata Kota Medan. Penggunaan data sekunder dipilih karena penelitian ini berfokus pada analisis konsep dan strategi berdasarkan kajian literatur yang relevan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan studi kepustakaan. Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan kondisi Jalan Kesawan, baik berupa foto, laporan, artikel, maupun data statistik yang tersedia. Sementara itu, studi kepustakaan dilakukan dengan menelaah berbagai teori dan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan wisata sejarah, destination branding, digital marketing, serta konsep pengembangan destinasi wisata. Teknik ini bertujuan untuk memperoleh landasan teoritis yang kuat dalam menganalisis strategi pemasaran Jalan Kesawan sebagai destinasi wisata sejarah.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk uraian naratif sehingga memudahkan proses interpretasi. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan berdasarkan pola, hubungan, dan temuan yang diperoleh dari hasil analisis data sehingga menghasilkan rekomendasi strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik Jalan Kesawan.

Untuk meningkatkan validitas penelitian, peneliti melakukan triangulasi sumber dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai referensi dan hasil penelitian terdahulu. Triangulasi dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan memiliki tingkat keakuratan dan kredibilitas yang tinggi. Dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai potensi wisata sejarah Jalan

ISSN : 3031-5085

Kesawan serta menghasilkan rekomendasi strategi pemasaran yang dapat mendukung pengembangan kawasan tersebut sebagai destinasi wisata sejarah unggulan di Sumatera Utara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
Vol 6 No 2 Tahun 2026
ISSN : 3031-5085

Potensi Jalan Kesawan Sebagai Destinasi Wisata Sejarah

Jalan Kesawan merupakan salah satu kawasan bersejarah yang memiliki peran penting dalam perkembangan Kota Medan sejak masa kolonial Belanda. Kawasan ini menjadi pusat perdagangan dan aktivitas ekonomi yang berkembang pesat seiring dengan kemajuan industri perkebunan tembakau Deli pada akhir abad ke-19. Keberadaan berbagai bangunan peninggalan kolonial yang masih bertahan hingga saat ini menjadikan Kesawan sebagai salah satu kawasan heritage yang memiliki nilai sejarah tinggi di Sumatera Utara.

Selain memiliki nilai historis, Jalan Kesawan juga merepresentasikan keberagaman budaya yang berkembang di Kota Medan. Interaksi antara masyarakat Melayu, Tionghoa, India, dan Eropa telah membentuk karakter kawasan yang unik dan multikultural. Keberagaman tersebut tercermin dalam arsitektur bangunan, aktivitas ekonomi, tradisi kuliner, serta kehidupan sosial masyarakat yang berkembang di kawasan tersebut. Kondisi ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang ingin memahami sejarah dan dinamika perkembangan Kota Medan.

Kawasan Kesawan juga didukung oleh sejumlah objek wisata bersejarah yang memiliki daya tarik tinggi, seperti Rumah Tjong A Fie, Gedung London Sumatra, Kantor Pos Lama Medan, dan berbagai bangunan ruko tua yang masih mempertahankan karakter arsitektur kolonial. Keberadaan objek-objek tersebut dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi sejarah sekaligus sebagai daya tarik wisata budaya yang mampu meningkatkan kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara.

Analisis Komponen Pariwisata Berdasarkan Konsep 4A

Daya Tarik

Daya tarik utama Jalan Kesawan terletak pada kekayaan warisan sejarah dan budaya yang dimilikinya. Wisatawan dapat menikmati suasana kawasan kota tua yang masih mempertahankan karakter bangunan kolonial serta mempelajari sejarah perkembangan Kota Medan melalui berbagai situs bersejarah yang ada. Selain itu, kawasan ini juga memiliki daya tarik kuliner yang kuat melalui keberadaan berbagai makanan khas Medan yang dapat ditemukan di sepanjang kawasan Kesawan City Walk.

Keberadaan event budaya, pertunjukan seni, dan festival kuliner juga dapat menjadi daya tarik tambahan yang mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Dengan memadukan unsur sejarah, budaya, dan kuliner, Jalan Kesawan memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi destinasi wisata terpadu yang menawarkan pengalaman wisata yang lengkap.

Aksesibilitas

Dari aspek aksesibilitas, Jalan Kesawan memiliki keunggulan karena terletak di pusat Kota Medan. Lokasinya mudah dijangkau dari Bandara Internasional Kualanamu, stasiun kereta api, terminal bus, maupun berbagai pusat aktivitas ekonomi dan pemerintahan. Kondisi jalan yang baik serta tersedianya berbagai moda transportasi umum memudahkan wisatawan untuk mengunjungi kawasan tersebut.

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
Vol 6 No 2 Tahun 2026
ISSN : 3031-5085

Meskipun demikian, masih diperlukan peningkatan sistem informasi wisata berupa petunjuk arah, peta wisata digital, papan informasi multibahasa, serta aplikasi wisata yang dapat membantu wisatawan memperoleh informasi mengenai sejarah dan atraksi yang tersedia di kawasan Kesawan.

Amenitas

Amenitas merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang kenyamanan wisatawan. Saat ini kawasan Kesawan telah memiliki berbagai fasilitas pendukung seperti restoran, kafe, area parkir, hotel, dan pusat perbelanjaan. Kehadiran Kesawan City Walk juga memberikan ruang publik yang lebih nyaman bagi wisatawan untuk menikmati kawasan heritage tersebut.

Namun demikian, beberapa fasilitas masih perlu ditingkatkan, seperti penyediaan pusat informasi wisata, toilet umum yang memadai, area istirahat, akses bagi penyandang disabilitas, serta fasilitas pendukung lainnya yang dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisata.

Kelembagaan Pendukung

Pengembangan Jalan Kesawan sebagai destinasi wisata sejarah memerlukan dukungan kelembagaan yang kuat. Pemerintah daerah memiliki peran penting dalam penyusunan kebijakan, pengelolaan kawasan, dan penyediaan infrastruktur. Selain itu, keterlibatan komunitas sejarah, pelaku usaha, akademisi, dan masyarakat lokal juga sangat diperlukan untuk mendukung keberlanjutan pengembangan kawasan.

Kolaborasi antar pemangku kepentingan dapat diwujudkan melalui pembentukan forum pengelolaan kawasan heritage yang bertugas mengoordinasikan kegiatan promosi, pelestarian bangunan bersejarah, serta pengembangan produk wisata yang inovatif.

Berdasarkan hasil analisis, Jalan Kesawan memiliki potensi yang kuat untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata sejarah karena didukung oleh keberadaan bangunan bersejarah, nilai budaya multikultural, serta lokasinya yang strategis di pusat Kota Medan. Potensi tersebut sejalan dengan konsep wisata sejarah yang menempatkan warisan budaya dan sejarah sebagai daya tarik utama dalam kegiatan pariwisata. Keberadaan berbagai bangunan peninggalan kolonial dan kawasan heritage menjadikan Jalan Kesawan memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan destinasi wisata lainnya di Sumatera Utara.

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
Vol 6 No 2 Tahun 2026
ISSN : 3031-5085

Strategi Pemasaran Jalan Kesawan Sebagai Destinasi Wisata Sejarah

Salah satu strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan Jalan Kesawan sebagai destinasi wisata sejarah adalah penguatan *destination branding*. Branding destinasi memiliki peran penting dalam membangun citra dan identitas suatu kawasan sehingga mudah dikenali oleh wisatawan. Jalan Kesawan dapat diposisikan sebagai "Heritage District of Medan" atau "Kota Tua Medan" yang menonjolkan nilai sejarah, budaya, dan arsitektur kolonial yang dimilikinya. Branding yang kuat perlu didukung oleh penggunaan logo, slogan, serta identitas visual yang konsisten pada berbagai media promosi. Dengan adanya citra yang jelas dan khas, Jalan Kesawan akan memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan destinasi wisata sejarah lainnya di Sumatera Utara.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan destination branding menjadi salah satu strategi yang penting dalam meningkatkan daya saing Jalan Kesawan sebagai destinasi wisata sejarah. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler, Bowen, dan Makens (2017) yang menyatakan bahwa pemasaran destinasi bertujuan membangun citra positif sehingga destinasi lebih mudah dikenali oleh wisatawan. Melalui pembentukan identitas sebagai kawasan heritage atau "Kota Tua Medan", Jalan Kesawan dapat memiliki posisi yang lebih kuat dalam persaingan destinasi wisata sejarah di Indonesia.

Selain penguatan branding, optimalisasi pemasaran digital menjadi strategi yang sangat penting di era perkembangan teknologi informasi saat ini. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi yang efektif untuk menjangkau berbagai segmen wisatawan. Konten promosi dapat berupa foto bangunan bersejarah, video dokumenter singkat mengenai sejarah kawasan, virtual tour, maupun cerita-cerita menarik yang berkaitan dengan perkembangan Kota Medan pada masa kolonial. Melalui pemasaran digital yang kreatif dan berkelanjutan, informasi mengenai Jalan Kesawan dapat tersebar lebih luas sehingga mampu meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung.

Selain itu, pemanfaatan media digital menjadi strategi yang relevan dengan perkembangan perilaku wisatawan saat ini yang cenderung mencari informasi perjalanan melalui internet dan media sosial. Penggunaan platform digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga dapat membangun interaksi antara pengelola destinasi dan wisatawan. Dengan demikian, pemasaran digital dapat membantu meningkatkan visibilitas Jalan Kesawan sekaligus memperkuat citra kawasan sebagai destinasi wisata sejarah yang menarik dan mudah diakses.

Strategi berikutnya adalah penyelenggaraan berbagai kegiatan dan event berbasis heritage secara rutin. Kegiatan seperti festival budaya, pameran sejarah, pertunjukan seni tradisional, festival kuliner, serta program *heritage walking tour* dapat menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan. Event-event tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi yang memperkenalkan sejarah dan budaya kawasan Kesawan kepada masyarakat. Dengan adanya kegiatan yang diselenggarakan secara berkala, kawasan Kesawan akan menjadi lebih hidup dan memiliki alasan yang kuat untuk dikunjungi kembali oleh wisatawan.

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
Vol 6 No 2 Tahun 2026
ISSN : 3031-5085

Pengembangan paket wisata terintegrasi juga menjadi strategi yang dapat meningkatkan daya tarik Jalan Kesawan sebagai destinasi wisata sejarah. Paket wisata dapat dirancang dengan menghubungkan Jalan Kesawan dengan berbagai objek wisata sejarah lainnya di Kota Medan, seperti Istana Maimun, Masjid Raya Al-Mashun, Rumah Tjong A Fie, dan Lapangan Merdeka. Integrasi antar destinasi tersebut akan memberikan pengalaman wisata yang lebih lengkap dan menarik bagi pengunjung. Selain itu, paket wisata yang terorganisasi dengan baik dapat meningkatkan lama tinggal wisatawan di Kota Medan sehingga memberikan dampak ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat dan pelaku usaha pariwisata.

Keberhasilan strategi pemasaran juga sangat bergantung pada keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan destinasi wisata. Oleh karena itu, pemberdayaan masyarakat perlu menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran Jalan Kesawan. Masyarakat dapat dilibatkan sebagai pemandu wisata, pengelola usaha kuliner, pengrajin suvenir, maupun pelaku ekonomi kreatif lainnya. Keterlibatan masyarakat tidak hanya meningkatkan kesejahteraan ekonomi, tetapi juga menumbuhkan rasa memiliki terhadap kawasan bersejarah tersebut sehingga upaya pelestarian dapat dilakukan secara berkelanjutan. Partisipasi aktif masyarakat akan menciptakan pengalaman wisata yang lebih autentik dan memperkuat daya tarik Jalan Kesawan di mata wisatawan.

Di samping itu, pemanfaatan teknologi dalam konsep *smart tourism* dapat menjadi strategi pemasaran yang inovatif. Penggunaan teknologi seperti kode QR pada bangunan bersejarah, aplikasi wisata digital, peta interaktif, serta teknologi *augmented reality* (AR) memungkinkan wisatawan memperoleh informasi sejarah secara lebih mudah dan menarik. Melalui teknologi tersebut, wisatawan dapat mengakses cerita sejarah, foto masa lalu, maupun informasi penting lainnya hanya melalui perangkat telepon pintar. Penerapan konsep *smart tourism* tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman wisata, tetapi juga memperkuat citra Jalan Kesawan sebagai destinasi wisata sejarah yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi modern.

Seluruh strategi tersebut perlu dilaksanakan secara terpadu melalui kerja sama antara pemerintah daerah, pelaku usaha pariwisata, komunitas heritage, akademisi, dan masyarakat. Sinergi antar pemangku kepentingan menjadi faktor penting dalam menciptakan sistem pemasaran yang berkelanjutan dan efektif. Dengan penerapan strategi pemasaran yang terencana dan terintegrasi, Jalan Kesawan memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi destinasi wisata sejarah unggulan di Sumatera Utara yang tidak hanya menarik bagi wisatawan, tetapi juga mampu menjaga dan melestarikan warisan budaya yang dimilikinya.

Panorama
Jurnal Kajian Pariwisata
Vol 6 No 2 Tahun 2026
ISSN : 3031-5085

KESIMPULAN

Jalan Kesawan merupakan salah satu kawasan bersejarah yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata sejarah unggulan di Sumatera Utara. Potensi tersebut didukung oleh keberadaan bangunan-bangunan berarsitektur kolonial, nilai sejarah yang berkaitan dengan perkembangan Kota Medan pada masa perkebunan, serta keberagaman budaya yang tercermin dalam kehidupan masyarakat dan warisan budaya yang masih dapat ditemukan hingga saat ini. Selain memiliki nilai edukatif yang tinggi, kawasan ini juga memiliki daya tarik wisata kuliner dan budaya yang dapat menjadi pendukung dalam pengembangan pariwisata berbasis heritage.

Berdasarkan analisis komponen pariwisata melalui konsep 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, dan Ancillary), Jalan Kesawan memiliki daya tarik wisata yang kuat dan lokasi yang strategis di pusat Kota Medan. Namun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti penyediaan fasilitas pendukung wisata, penguatan sistem informasi sejarah, pengembangan pusat informasi wisata, serta peningkatan koordinasi antar pemangku kepentingan dalam pengelolaan kawasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jalan Kesawan memiliki peluang yang besar untuk berkembang sebagai destinasi wisata sejarah seiring meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata budaya dan heritage. Potensi tersebut didukung oleh keberadaan bangunan bersejarah, keberagaman budaya, serta lokasi kawasan yang strategis di pusat Kota Medan. Namun demikian, diperlukan strategi pemasaran yang tepat dan berkelanjutan agar potensi tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal.

Untuk mengoptimalkan potensi yang dimiliki, diperlukan strategi pemasaran yang terintegrasi dan berkelanjutan. Strategi tersebut meliputi penguatan destination branding melalui pembentukan identitas kawasan sebagai destinasi heritage Kota Medan, optimalisasi pemasaran digital melalui berbagai platform media sosial, penyelenggaraan event budaya dan sejarah secara berkala, pengembangan paket wisata terintegrasi dengan destinasi lain di Kota Medan, pemberdayaan masyarakat lokal, serta pemanfaatan teknologi digital dalam konsep smart tourism. Strategi-strategi tersebut tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga untuk menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas dan berkesan.

Selain itu, keberhasilan pengembangan Jalan Kesawan sebagai destinasi wisata sejarah sangat bergantung pada sinergi antara pemerintah daerah, pelaku usaha, komunitas heritage, akademisi, dan masyarakat setempat. Kolaborasi yang baik akan mendukung upaya pelestarian bangunan bersejarah, pengembangan produk wisata yang inovatif, serta peningkatan kualitas layanan wisata. Dengan adanya kerja sama yang berkelanjutan, Jalan Kesawan dapat berkembang menjadi kawasan wisata sejarah yang tidak hanya menarik secara ekonomi, tetapi juga mampu mempertahankan nilai-nilai sejarah dan budaya yang menjadi identitas Kota Medan.

ISSN : 3031-5085

Dengan demikian, strategi pemasaran yang tepat dan pengelolaan yang berkelanjutan diharapkan mampu menjadikan Jalan Kesawan sebagai destinasi wisata sejarah unggulan di Sumatera Utara. Pengembangan kawasan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi sektor pariwisata dan perekonomian daerah, tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian warisan budaya serta peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga dan memanfaatkan sumber daya sejarah sebagai aset pembangunan yang bernilai bagi generasi sekarang maupun generasi yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Syam, F. H., Arifin, N., & Arifin, H. S. (2020*). Kajian Potensi Lanskap Kota Medan untuk Pengembangan Wisata Sejarah. Jurnal Lanskap Indonesia, 11(2), 48-54.* https://www.academia.edu/download/90396100/20448.pdf

Tambunan, L. T. M., & Tarigan, N. (2022). *Pengembangan Kesawan sebagai Cultural Heritage Tourism di Kota Medan. Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung, 9(2), 71-80.* https://doi.org/10.51827/jiaa.v9i2.99

Sitorus, C. C. A., Pelawi, I. S., Marbun, H. J. S., Rambe, T., Sinaga, R., & Najuah. (2023). Kesawan Region*: The Old City of Medan From the Past to the 21st Century As Historical Tourism. Riwayat: Educational Journal of History and Humanities, 6(1), 77-84.* https://doi.org/10.51827/jiaa.v9i2.99

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson Education. https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-for-hospitality-and-tourism/P200000003508?utm

Morrison, A. M. (2019). *Marketing and Managing Tourism Destinations* (2nd ed.). Routledge. https://www.routledge.com/Marketing-and-Managing-Tourism-Destinations/Morrison/p/book/9781138586683?utm

Pike, S. (2016). *Destination Marketing*: Essentials (2nd ed.). Routledge. https://www.routledge.com/Destination-Marketing-Essentials/Pike/p/book/9781138911386?utm

Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2018*). Marketing in Travel and Tourism* (5th ed.). Routledge. https://www.routledge.com/Marketing-in-Travel-and-Tourism/Middleton-Fyall-Morgan-Ranchhod/p/book/9781138679798?utm

Cooper, C. (2018). Tourism: *Principles and Practice* (6th ed.). Pearson Education. https://www.pearson.com/en-gb/subject-catalog/p/tourism-principles-and-practice/P200000003503?utm

Isdarmanto. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisataan dan Pengelolaan Destinasi Wisata. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.*

Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya. https://books.google.com/books?id=YF4nDwAAQBAJ&utm

Yoeti, O. A. (2016). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2018). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook (4th ed.). Sage Publications. https://us.sagepub.com/en-us/nam/qualitative-data-analysis/book246128?utm

Nasution, H. D., Arifin, N., & Munandar, A. (2017*). Kajian Lanskap Budaya Melayu untuk Meningkatkan Identitas Kota Medan. Jurnal Lanskap Indonesia, 10(2).* *https://journal.ipb.ac.id/jli/article/view/14855?utm_source=chatgpt.com*