

ANALISIS PEMBENTUKAN CITRA PARIWISATA GOA KREO TERHADAP USAHA MIKRO DAN KECIL MASYARAKAT KANDRI SEMARANG

Fallen Oktafian¹, Ari Pradhanawati², Wahyu Hidayat³

Email: fallen.gedoan@gmail.com

Abstract

This research is motivated by the changes of Goa Kreo as a Vacational Destination that located in Kandri Village Gunungpati Semarang. The changes it self including Vacational Branding about the contruction of Jatibarang Dam.

The purpose of this study is to determine any possible factors which happened On vacational cluster of Goa Kreo itself, Society and also The People of Small-Mid Enterprises. The Brand movement was about Economic and socio cultural of the Society.

The results of this study indicate that the Changes of Branding Campaign on Goa Kreo was also effected the Society especially for Small Middle Enterprises.

Suggestions can be delivered is preferably about the vacational management that involved multi effort of the People.

Keywords: Goa Kreo, Vacational Industry, Branding, Society, Small medium Enterprises

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perubahan Pariwisata yang terjadi di Kawasan Wisata Goa Kreo yang terletak di Kelurahan Kandri Gunungpati Kota Semarang. Perubahan yang terjadi di Kawasan Goa Kreo meliputi citra wisata yang akan ditampilkan sehubungan dengan adanya Waduk Jatibarang.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pelbagai hal yang terjadi di Kawasan Wisata Goa Kreo meliputi kondisi Kepariwisataan, Masyarakat dan kondisi Usaha Mikro Kecil yang berada di kawasan tersebut. Perubahan Citra yang mempengaruhi banyak hal mengenai aspek ekonomi dan sosial budaya masyarakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terjadinya perubahan citra Kawasan Wisata Goa Kreo juga berpengaruh kepada masyarakat utamanya pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK).

Saran yang dapat disampaikan adalah agar pengelolaan Kepariwisataan di Goa Kreo dapat dilakukan bersama-sama oleh berbagai pihak untuk kemudian diterapkan secara komprehensif demi untuk kemajuan Masyarakat sekitar Wisata.

Kata Kunci : Goa Kreo, Pariwisata, Citra, Masyarakat, Usaha Mikro Kecil

¹ Fallen Oktafian. Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro

² Ari Pradhanawati. Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro

³ Wahyu Hidayat. Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Diponegoro

Pendahuluan

Kawasan Goa Kreo sudah dikenal masyarakat sejak lama melalui cerita Goa yang dipercaya menjadi petilasan Sunan Kalijaga yang saat itu sedang mencari kayu jati untuk pembangunan masjid Demak. Lokasi yang sepi dan dianggap keramat tersebut menjadikan Goa Kreo sebagai objek wisata yang kurang diminati oleh Masyarakat. Namun kondisi tersebut sedikit banyak telah mengalami perubahan sejak dibangunnya Waduk Jatibarang di sekitar areal Goa. Waduk Jatibarang sendiri merupakan sebuah waduk buatan yang sengaja dibangun untuk mengatasi terulangnya musibah Banjir yang menimpa Kota Semarang pada tahun 1990. Selanjutnya pembangunan waduk tersebut diselaraskan dengan normalisasi sungai Kaligarang dan pembangunan Banjir Kanal Barat yang berada di Kota Semarang. Selain itu, pembangunan waduk ini juga bertujuan untuk pasokan air baku untuk irigasi dan air bersih, pembangkit tenaga listrik (PLTA) dan pengembangan potensi wisata.

Pembangunan waduk disekitar areal Goa yang bertujuan untuk pengembangan potensi wisata tersebut selaras dengan berubahnya kondisi Goa Kreo dari yang sebelumnya terkenal sepi dan keramat sehingga sekarang menjadi lebih bersih dan terawat. Hal tersebut juga dapat dilihat dari peningkatan pendapatan retribusi yang mengalami peningkatan lebih dari seratus persen. Sejak peresmiannya pada tahun 2014 lalu, tercatat pendapatan pada tahun tersebut mencapai lebih dari tiga ratus lima puluh juta rupiah. Keterangan tersebut dilengkapi oleh pernyataan dari Kepala UPTD Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yang mengemukakan target pendapatan sebesar tiga ratus dua puluh enam juta rupiah pada tahun 2015 untuk Objek Wisata Goa Kreo dan Waduk Jatibarang.

Pengembangan industri pariwisata juga berarti kegiatan pemasaran yang meliputi promosi terhadap wilayah daerah wisata untuk meningkatkan perdagangan baik melalui penjualan barang maupun jasa di daerah tersebut. Hal ini berarti pengembangan pariwisata sangat berkaitan dengan masyarakat sekitar. Salah Wahab (1975:55) mengemukakan bahwa Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, dan standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Dengan kata lain, pengembangan Industri pariwisata sebagai sektor yang kompleks tersebut dimaksudkan untuk merealisasi industri-industri klasik lokal seperti industri kerajinan tangan, cinderamata, penginapan dan transportasi yang lebih diperuntukkan bagi masyarakat sekitar.

Faktor pertumbuhan sektor Pariwisata sedikit banyak memiliki pengaruh pada keadaan sosial ekonomi. Setidaknya ada tiga faktor utama yang mempengaruhi kedudukan sosial ekonomi yaitu pekerjaan, pendidikan, dan penghasilan. Kawasan wisata Goa Kreo sendiri terletak di daerah pedesaan yang memiliki keadaan sosial ekonomi yang kompleks. Sebagai gambaran, masyarakat Desa Kandri kebanyakan berprofesi sebagai petani dan pedagang. Dari kegiatan pertanian dan perdagangan itulah masyarakat mencukupi kebutuhan sehari-hari. Hanya dibekali dengan tingkat pendidikan yang relatif rendah tentunya membuat kondisi ekonomi masyarakat semakin sulit apalagi jika dihadapkan dengan kebutuhan modal untuk berdagang atau berwirausaha. Dengan kata lain, masyarakat desa tersebut akan mencari penghasilan tambahan melalui kegiatan usaha mikro kecil dan menengah.

Sektor Umkm merupakan usaha ekonomi produktif yang memiliki jumlah kekayaan dan penjualan tahunan tertentu yang diatur dalam Undang-undang untuk menentukan kategori usaha tersebut. Pengertian Umkm dalam Kuncoro adalah usaha kecil identik dengan industri kecil dan industri rumah tangga. Menurut Sri Winarni (2006) pada umumnya usaha kecil memiliki ciri berbentuk usaha perorangan dan belum berbadan hukum perusahaan, aspek legalitas usaha lemah, struktur organisasi bersifat sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku. Kebanyakan tidak memiliki laporan keuangan dan tidak melakukan pemisahan

antara kekayaan pribadi dengan kekayaan perusahaan. Kualitas manajerial rendah dan jarang memiliki rencana usaha. Modal bersumber dari modal Pribadi dan memiliki Sumber Daya Manusia yang terbatas.

Dari penjelasan diatas mengenai kondisi dan potensi wisata Goa Kreo yang berkaitan dengan kehidupan sosial ekonomi masyarakat, maka dapat kita pahami lebih lanjut bahwa keberadaan Kawasan Wisata Goa Kreo dapat menstimulus terbentuknya industri Umkm atau rumahan. Keberadaan Umkm sendiri menjadi hal yang memiliki sisi positif dalam aspek ekonomi dan sisi negatif manakala tidak dikelola dengan baik. Maka dengan itu penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui apa dan bagaimana proses pembentukan Citra Pariwisata Goa Kreo terhadap Usaha Mikro dan Kecil Masyarakat Kandri.

Kajian Teori

Citra dalam Perspektif Teori

Pengertian citra bersifat abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis namun dapat dirasakan. Seperti penerimaan dan tanggapan positif maupun negatif yang datang dari publik (khalayak) dan masyarakat luas pada umumnya (Ruslan, 2010 : 75).

Menurut Frank Jefkins dalam buku *Public Relation* dalam konteks humas citra diartikan sebagai kesan, gambaran, atau impresi yang tepat atas sosok suatu organisasi atau perusahaan. Jefkin (2004 : 20) menyebutkan beberapa jenis citra :

a. *Mirror Image*

Citra ini melekat pada personil-personil sebuah organisasi biasanya pemimpinnnya, mengenai anggapan pihak luar tentang Organisasi tersebut. Citra ini merupakan gambaran yang dianut oleh kalangan luar organisasi.

b. *Current Image*

Adalah citra yang diperoleh oleh khalayak umum berdasarkan produknya. Pandangan ini ditentukan oleh banyak atau sedikit informasi yang diperoleh.

c. *Multiple Image*

Yaitu adanya pandangan yang bermacam-macam dari publik terhadap organisasi tertentu yang ditimbulkan oleh mereka yang mewakili organisasi dengan tingkah laku yang berbeda-beda.

d. *Wish image*

Adalah citra yang ingin dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga atau perusahaan agar produk yang ditampilkan tersebut lebih dikenal (*good awareness*), menyenangkan, dan dapat diterima dengan kesan yang selalu positif dari khalayak umum.

e. *Corporate Image*

Yaitu jenis citra yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan kesan yang positif mengenai sejarahnya, kualitas pelayanan, hingga tanggung jawab sosial.

Menurut Soleh Sumirat dan Elvinaro Ardianto (2007:114), terdapat beberapa komponen pembentukan citra, antara lain :

a. Persepsi

Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, Individu akan memberikan makna

pada rangsang berdasarkan pengalamannya. Kemampuan mempersepsi inilah yang dapat membuat munculnya citra. Pandangan yang diberikan individu akan positif jika yang diberikan oleh rangsang dapat memenuhi kognisi individu.

b. Kognisi

Merupakan suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu diberikan informasi yang cukup berpengaruh bagi perkembangan kognisinya.

c. Motivasi

Motivasi dan sikap yang ada akan menggerakkan respon seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan.

d. Sikap

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. Sikap menentukan daya dorong terhadap sesuatu yang hendak dilakukan

Citra dalam Perspektif Objek

Citra dalam perspektif objek dapat diartikan sebagai kesan atau persepsi pengamat dengan lingkungannya. Kesan yang didapatkan oleh pengamat bergantung dari kemampuan beradaptasi pengamat dalam menyeleksi, mengorganisir sehingga lingkungan yang diamati akan memberikan perbedaan dan keterhubungan. Citra objek belum tentu merupakan sebuah identitas. Citra Objek dapat dibuat secara instan, sedangkan identitas membutuhkan waktu yang lama untuk membentuknya. Lynch, (1975:6) dalam bukunya "The Image of City" sebuah citra memerlukan :

- Identitas pada sebuah objek atau sesuatu yang berbeda dengan yang lain
- Struktur atau pola saling hubung antara objek dan pengamat
- Objek memilikimakna bagi pengamatnya.

Citra kota/objek lebih ditekankan pada lingkungan fisik atau sebagai kualitas sebuah objek fisik (seperti warna, struktur yang kuat, dll), sehingga akan menimbulkan bentuk yang berbeda, bagus dan menarik perhatian.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dari beberapa sumber telah dirangkum bahwasanya ada beberapa ciri dan karakteristik Usaha Mikro dan Kecil.

Ciri-ciri usaha mikro sebagai berikut :

1. Jenis produk usaha yang tidak tetap dan dapat berganti pada periode tertentu
2. Tempat usahanya tidak menetap dan dapat berubah sewaktu-waktu.
3. Belum memiliki administrasi keuangan yang sederhana dan belum memisahkan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha.
4. Tingkat Pendidikan SDM relatif rendah.
5. Belum memiliki akses perbankan namun sudah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank.
6. Biasanya belum memiliki izin usaha termasuk Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Sedangkan ciri ciri usaha kecil yaitu :

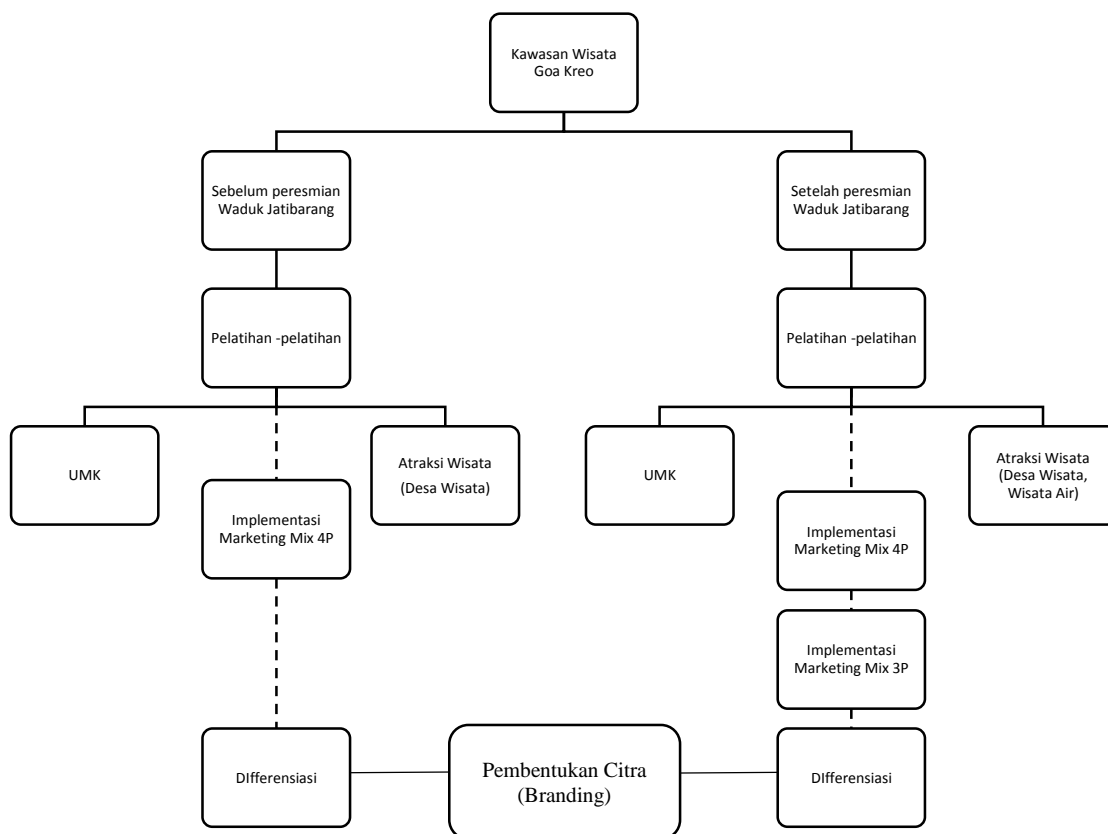
1. Jenis produk usaha umumnya sudah tetap dan tidak mudah berubah sewaktu-waktu.
2. Lokasi usaha umumnya sudah menetap dan tidak berpindah-pindah

3. Pada umumnya sudah melakukan administrasi keuangan sederhana, sehingga sudah ada pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha.
4. Tingkat pendidikan SDM relatif lebih tinggi dari usaha mikro.
5. Sudah memiliki akses perbankan karena pada umumnya sudah memiliki neraca usaha
6. Sudah memiliki izin usaha dan persyaratan legalitas lainnya termasuk Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Kerangka Penelitian

Gambar 1

Kerangka Penelitian



Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian Kualitatif. Pendekatan Kualitatif bertujuan untuk mengungkapkan gejala-gejala secara holistik kontekstual (menyeluruh dan sesuai konteks) melalui pengumpulan data dari latar alami sebagai data instrumen kunci dari penelitian tersebut. Teknik penelitian dilakukan dengan Eksploratif yaitu salah satu jenis penelitian sosial yang tujuannya untuk memberikan sedikit definisi atau penjelasan mengenai konsep atau pola yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian Eksploratif ini peneliti belum memiliki gambaran akan definisi atau konsep penelitian. Sifat dari penelitian ini adalah kreatif, fleksibel, terbuka, dan semua sumber dianggap penting sebagai sumber informasi.

Hasil

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh gambaran mengenai pembentukan Citra kondisi Pariwisata Goa Kreo yang dibagi menjadi dua bagian yaitu :

1. Pembentukan Citra Pariwisata Klaster Goa Kreo
2. Strategi menghadapi Pembentukan Citra

Pembentukan Citra Pariwisata Goa Kreo Grand Desain Klaster Wisata Goa Kreo

Keberadaan Waduk Jatibarang di Kawasan wisata Goa Kreo berpengaruh pada penambahan objek wisata di kawasan tersebut, sehingga istilah yang digunakan adalah Klaster Wisata. Penggunaan istilah Klaster Wisata Goa Kreo merujuk pada tiga objek yaitu objek Goa Kreo, Desa Wisata, dan Waduk Jatibarang. Menurut Porter (1998) Klaster merupakan konsentrasi geografis perusahaan dan institusi yang saling berhubungan pada sektor tertentu. Mereka berhubungan karena kebersamaan dan saling melengkapi. Klaster mendorong industri untuk bersaing satu dengan yang lain.

Grand desain Klaster Wisata Goa Kreo sendiri belum dibuat mengingat ketiga objek wisata tersebut masih dikelola oleh pelbagai pihak. Objek Goa Kreo dan Desa Wisata Kandi merupakan objek wisata dan desa binaan yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, sedangkan Waduk Jatibarang dikelola oleh Pemerintah Pusat melalui Balai Besar Wilayah Sungai Pemali-Juwana. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang menyadari fungsi utama dari Waduk Jatibarang memang bukan untuk pariwisata, namun pengaruh keberadaan Waduk dalam hal pariwisata cukup signifikan.

Implementasi program Pariwisata

Implementasi Program yang disusun oleh Dinbudpar sangat bergantung pada kesiapan Sumber Daya Manusia UPTD sebagai ujung tombak pengelolaan wisata Goa Kreo. Dari Wawancara yang kami lakukan, Kepala UPTD Goa Kreo mengungkapkan bahwa masalah SDM memang menjadi kendala tersendiri baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Bapak Asron menjelaskan bahwa saat ini UPTD memiliki 8 orang staff termasuk beliau sendiri, hal itu sangat mempengaruhi kinerja utamanya di hari-hari libur atau hari-hari ketika diadakan event-event. Kualitas Sumber Daya Manusia juga masih dianggap belum memenuhi syarat karena menurut pengakuan bapak Asron, belum ada pelatihan khusus mengenai kepariwisataan baik dari Dinas maupun instansi lain non pemerintah.

Citra Pariwisata Klaster Goa Kreo

Kepariwisataan melibatkan banyak hal seperti ketersediaan infrastruktur jalan, fasilitas umum, fasilitas pendukung, dan akses transportasi. Hal tersebut dikemukakan oleh Bapak Faris dari Bidang Industri Pariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Kaitannya dengan itu, maka dibutuhkan keterlibatan banyak pihak, misalnya untuk Goa Kreo sendiri, bagaimana kondisi jalan menuju Objek Wisata, apakah dapat dilalui oleh Bus Besar, Apakah dapat ditempuh menggunakan Transportasi umum dan sebagainya. Tentu dalam hal tersebut Dinas Pekerjaan Umum juga memiliki andil untuk membuat akses jalan menuju kesana. Bapak Faris juga menambahkan bahwa Waduk yang sekarang ini belum dapat dibuat sebagai pemeliharaan dengan karamba/ jaring karena kandungan airnya tengah diteliti. Hal hal demikian yang tentu akan berpengaruh pada Kepariwisataan. Bapak Faris menambahkan, perlu adanya dorongan dari Kepala Daerah kepada jajaran Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) bilamana ingin membangun Citra Pariwisata yang baik.

Strategi Menghadapi Pembentukan Citra

Strategi menghadapi Pembentukan Citra dibagi menjadi dua bagian yaitu :

1. Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
2. Strategi Masyarakat Pariwisata

Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Pada masa yang lalu sebelum adanya Waduk Jatibarang wilayah tersebut masih berupa Sungai Kreo. Dinbudpar pada saat itu mendorong masyarakat agar membuat wisata air berupa *River Tubing* yang serupa arung jeram namun masih menggunakan ban bekas seperti yang saat ini ada di Wisata Goa Pindul, Gunung Kidul Yogyakarta. Hal ini menunjukkan adanya upaya dari Dinas Kebudayaan dan pariwisata untuk ikut serta membangun kepariwisataan di Kawasan Goa Kreo. Dinas mengatakan bahwa kendala utama yang terjadi bukan dari Sumber Daya Manusianya namun lebih kepada regulasi mengenai wilayah Sungai yang dilewati.

Sehingga perlu dibahas oleh ketiga pihak yaitu Pemerintah Kota, Provinsi, dan Pusat. Lanjutnya disampaikan bahwa komunikasi masih terus berjalan, grand desain sudah dibuat walaupun memang progresnya sedikit demi sedikit. Sebagai contoh dikemukakan bahwa *Detail Engineering Design (DED)* sudah dimiliki, DED merupakan produk dari konsultan perencana dalam membuat suatu konsep tata ruang.

Strategi Masyarakat Pariwisata

Strategi Masyarakat Pariwisata terdiri dari tiga bagian yaitu :

- a. Pariwisata Air
- b. Usaha Mikro Kecil Goa Kreo
- c. Usaha Mikro Kecil desa wisata Kandri

Pendirian POKDARWIS Suko Makmur bebereng dengan momentum selesainya pembangunan Waduk Jatibarang, momentum inilah yang menjadi awal tercetusnya ide membuat Pariwisata Air di Kawasan Waduk Jatibarang. Sebagai kelompok masyarakat yang ingin mandiri secara keuangan maka dibentuklah KOPERASI Suko Makmur. Selanjutnya Koperasi inilah yang akan menjadi pengelola keuangan pokdarwis Suko Makmur.

Rencana pembuatan Wisata Air dimulai sejak tahun 2014, diawali dengan kegiatan Study Banding Kepariwisataan Air di beberapa tempat seperti Rawa Pening dan Telaga Sarangan. Informasi yang didapat dari POKDARWIS menyebutkan bahwa Study Banding ini merupakan inisiatif dari Masyarakat. Dari beberapa tempat study banding tersebut, didapati bahwa kebanyakan wisata air menggunakan perahu yang terbuat dari kayu namun lain halnya dengan wisata air di Telaga Sarangan yang menggunakan perahu *Boat*. Menurut penuturan Bapak Widodo disampaikan bahwa di Semarang penggunaan perahu *Boat* masih menjadi suatu hal yang baru sehingga dipilihlah penggunaan perahu boat sebagai wisata air.

Usaha Mikro Kecil Objek Wisata Goa Kreo adalah masyarakat Kandri yang melakukan kegiatan berdagang menggunakan kios-kios di Objek Wisata Goa Kreo. Pengelolaan UMK di Objek Goa Kreo dilakukan oleh UPTD Goa Kreo. Sebanyak lima puluh kios pedagang saat ini berada di kawasan Objek Goa Kreo. Jumlah ini mengalami peningkatan dari yang sebelumnya yang hanya berjumlah delapan kios pada masa sebelum pembangunan Waduk Jatibarang.

Dari beberapa jenis UMK Kuliner yang ada di Desa Wisata Kandri beberapa diantaranya telah mempertimbangkan *Marketing Mix 4 P* yaitu : *Price, Product, Place, Promotion*. UMK yang telah mempertimbangkan bauran pemasaran tersebut adalah Aneka Snack milik Ibu Mitarsih, Olahan Singkong milik Ibu Rihana, dan bermacam Tape Ketan milik Ibu Titik. Dari Segi Harga, para pelaku UMK menyesuaikan dengan harga dipasaran dan tidak mengambil untung secara berlebihan. Hal ini dilakukan karena pada umumnya harga bahan baku stabil dan tidak mengalami perubahan yang signifikan. Aspek penempatan penjualan yang dilakukan selain menjual produknya dirumah, para pelaku UMK tersebut jua menitipkan produknya ke

pedagang yang ada di Objek Goa Kreo. Harapannya adalah adanya pengunjung yang tertarik untuk membeli produk tersebut. Promosi yang dilakukan adalah dengan memberikan harga potongan untuk pembelian dalam partai besar, biasanya ketika ada acara-acara khusus cara promosi ini adalah yang paling kerap dilakukan. Selain Promosi itu, para pelaku UMK yang sudah mengenal akses internet dapat mengupload produknya ke internet. Bentuk Promosi lain yang dilakukan juga dengan mengikuti pameran-pameran yang diselenggarakan oleh pihak Dinas maupun swasta. Sebagai contoh, UMK Kuliner dan Cindera mata Goa Kreo pernah mengikuti pameran produk lokal yang dilaksanakan di Kebun Binatang Mangkang Semarang.

Kesiapan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang telah melakukan beberapa persiapan kaitannya dengan adanya perubahan kondisi Wisata di Kawasan Goa Kreo yang meliputi :

- a. Strategi
- b. Monitoring/ maintenance
- c. Evaluasi

Strategi yang dilakukan oleh Dinbudpar meliputi persiapan desain wisata yang sesuai dengan kebutuhan Wisatawan. Kebutuhan wisatawan untuk melakukan rekreasi diatasi dengan diadakannya fasilitas penunjang wisata dan atraksi wisata yang menghibur. Aspek budaya juga tetap ditonjolkan karena aspek tersebut merupakan inti dari atraksi wisata yang diselenggarakan.

Monitoring/ maintening berupa evaluasi bulanan menyangkut sarana dan prasarana penunjang objek Wisata. Monitoring lebih dititik beratkan pada bentuk fisik dari kawasan wisata Goa Kreo seperti perbaikan sarana dan prasarana.

Evaluasi yang dilakukan oleh Dinbudpar dilakukan secara menyeluruh dari jumlah pendapatan retribusi, kelengkapan fasilitas, kondisi sarana dan prasarana serta peningkatan mutu pelayanan. Hal ini menyangkut dengan pengelola yang berkenaan langsung dengan pengunjung yaitu Unit Pelaksana Teknis Daerah Goa Kreo. Pembahasan dalam evaluasi kinerja dapat dilakukan sesuai dengan kebutuhan. Selama ini evaluasi masih terus dilakukan oleh Dinas agar dapat mengalami perbaikan yang dikehendaki.

Faktor-faktor pendukung pengelolaan wisata oleh Dinbudpar :

1. Kepemilikan Objek Wisata Goa Kreo dan Waduk Jatibarang oleh Pemerintah.
2. Informasi yang lengkap mengenai perkembangan Kepariwisataan di Kawasan Goa Kreo
3. Keleluasaan Pemerintah untuk dapat masuk ke Masyarakat dan melakukan kegiatan pembinaan.

Faktor-faktor penghambat pengelolaan wisata oleh Dinbudpar :

1. Belum ada kejelasan pengelolaan/ MoU mengenai wewenang Pemerintah Kota, Provinsi, dan Pemerintah Pusat mengenai Waduk Jatibarang
2. Perencanaan pariwisata yang melibatkan banyak pihak dari instansi pemerintah sampai masyarakat
3. Kewenangan yang dimiliki oleh Dinbudpar masih terbatas

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian berjudul Analisis Pembentukan Citra Pariwisata Goa Kreo Terhadap Usaha Mikro Kecil Masyarakat Kandri Semarang sesuai dengan uraian yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya adalah sebagai berikut :

1. Keberhasilan Pembentukan Citra (*Branding*) Pariwisata Kawasan Goa Kreo dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu :
 - Faktor Kesiapan pengelolaan Kepariwisataaan
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata telah melakukan strategi-strategi pariwisata di Kawasan Goa Kreo Semarang melalui beberapa tahapan dari sebelum adanya Waduk hingga setelah adanya Waduk Jatibarang
 - Faktor Kesiapan Masyarakat
Masyarakat Kelurahan Kandri secara umum sudah sangat siap dengan keberadaan Pariwisata. Branding Pariwisata tersebut dilakukan secara bersama-sama melalui Kelompok Sadar Wisata.
 - Faktor Kesiapan Usaha Mikro Kecil
Kepariwisataaan yang meningkat turut meningkatkan persiapan dan strategi pemasaran yang dilakukan oleh kelompok-kelompok Usaha Mikro Kecil di Kawasan Goa Kreo. Secara khusus aspek pemasaran menjadi fokus utama dengan penambahan strategi bauran pemasaran 4P (*Price, Product, Place, Promotion*) + 3P (*Process, People, Physical Evidence*)
2. Peningkatan Kuantitas dan Kualitas pelaku Usaha Mikro Kecil di Kawasan Kandri Goa Kreo
 - Pengembangan produksi dan pemasaran UMK Masyarakat Kandri melalui riset dan pelatihan-pelatihan
 - Perbaikan manajemen keuangan UMK melalui Koperasi yang dikelola oleh masyarakat
3. Peneliti menyimpulkan bahwa upaya-upaya yang dilakukan Masyarakat pelaku Usaha Mikro Kecil Kandri sangat dipengaruhi oleh berbagai pihak seperti Pemerintah Kota, Dinbudpar, Dinkopumkm, dan Instansi Perbankan dan Pendidikan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari data-data di lapangan, pada dasarnya penelitian ini berjalan baik. Kemudian Saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut :

1. Hendaknya pembentukan Citra *branding* Pariwisata Goa Kreo oleh Pemerintah Kota Semarang disesuaikan dengan kondisi Masyarakat sekitar Kawasan Pariwisata agar masyarakat juga dapat terlibat dalam kegiatan kepariwisataan.
2. Hendaknya keberadaan Pariwisata di Kawasan Goa Kreo dapat berpengaruh positif bagi masyarakat khususnya di bidang ekonomi melalui kegiatan-kegiatan Usaha Mikro Kecil.

Daftar Pustaka

BUKU:

- Departemen Pendidikan nasional, 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Jefkins, Frank.2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Rakhmat, Jalaludin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Lembaran Negara RI tahun 2009. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Ruslan, Rosady.2004. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2004
- Soleh Soemirat, dan Ardianto. 2002. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : Remaja RosdaKarya.
- Sugihartono, dkk. 2007. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Sunaryo. 2004. *Psikologi untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Toha, Miftah. 2003. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta:Grafindo Persada
- Waidi. 2006. *The Art of Re-engineering Your Mind for Succes*. Jakarta: Gramedia.
- Walgito, Bimo. 2004. *Pengantar Psikologi umum*. Yogyakarta: Andi.
- Winarni, Sri. 2006. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Melalui Peningkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan*. [Online] Tersedia : www.find-pdf.com pada tanggal 7 April 2015.
- Wahab, Salah. 1975. *Tourism Management*. London: Tourism International Press.
- Zahnd, Markus. 1999. *Perancangan Kota secara Terpadu*. Yogyakarta: Kanisius.

SKRIPSI DAN JURNAL :

- Luthfi, Renaldy Rakhman. 2013. *Peran Pariwisata terhadap kesejahteraan Masyarakat di Sektor lapangan pekerjaan dan perekonomian tahun 2009-2013*. Skripsi jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomika Bisnis UNBRAW: tidak diterbitkan.
- Nurmelani, Riska. 2008. *Strategi Pengembangan Objek Wisata Goa Kreosebagai Daerah Tujuan Wisata di Kota Semarang*. Thesis Fakultas Sastra dan Seni Rupa UNS: tidak diterbitkan.
- Suranggajiwa, Engkah Tatas. 2011. *Objek Wisata Goa Kreo dan Kondisi Ekonomi, Sosial-Budaya Masyarakat Kandri, Gunung Pati Semarang tahun 1986-2009*.Skripsi Jurusan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial UNNES: tidak diterbitkan.
- Yudhiantoro, Danang,. Pujiastuti, Eny Endah. 2015. *UKM sebagai komponen pengembangan Desa Wisata yang berkelanjutan*. University Research Coloquium. UPN Veteran: Yogyakarta.
- Wu, Shwuing. 2015. *Contruction and Comparison of Relationship Models of Urban Tourism Development*. *International Journal of Marketing Studies*: Vol.7: No.4

