

# STRATEGI DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KOTA SEMARANG DALAM UPAYA MENGEMBANGKAN PARIWISATA KOTA SEMARANG

Mayang Vini Setya<sup>1</sup>

Email: [mayangvinis@gmail.com](mailto:mayangvinis@gmail.com)

**Abstract:** Tourism is one of the sector that has an important role to succeed regional autonomy, where development and resource utilization and tourism potential is needed. The high tourism potential of Semarang City with 64 tourist attractions should be able to make Semarang City as the tourism destination city and not just a transit city. Department of Culture and Tourism of Semarang City as regional device organization has duties and responsibilities to carry out government affairs particularly tourism affairs. Therefore, the purpose of this research was to describe the phenomenon or the actual circumstances which occurred about how the strategy of Department of Culture and Tourism of Semarang City in an effort to develop tourism in Semarang City. The research was using descriptive qualitative research method with documentation and interview as the data collection technique. Targets of the research were government, private, and community who participated in tourism development management in Semarang City. The main focus of this research was the context of the strategy implementation of Department of Culture and Tourism of Semarang City in an effort to develop tourism in Semarang City, tourism marketing of Semarang City, including the role of society as well as the role of private sector in tourism development of Semarang City.

*Keywords* : *Management, Tourism, Development, Strategy.*

**Abstraksi:** Kepariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam mensukseskan otonomi daerah, dimana diperlukan pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata di daerah tersebut. Kondisi potensi pariwisata Kota Semarang yang tinggi dengan memiliki 64 daya tarik pariwisata seharusnya mampu menjadikan Kota Semarang sebagai Kota Destinasi Pariwisata dan bukan hanya menjadi Kota Transit. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang sebagai Organisasi Perangkat Daerah mempunyai tugas dan tanggung jawab melaksanakan urusan pemerintahan khususnya urusan pariwisata. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena atau keadaan sesungguhnya yang terjadi tentang bagaimana pelaksanaan strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam usaha mengembangkan pariwisata Kota Semarang. Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan dokumentasi dan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Sasaran dalam penelitian ini adalah pemerintah, swasta, serta masyarakat yang berpartisipasi dalam pengembangan Pariwisata di Kota Semarang. Hal yang menjadi fokus utama penelitian ini yaitu konteks dari manajemen pelaksanaan strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam upaya mengembangkan pariwisata Kota Semarang, pemasaran pariwisata Kota Semarang, termasuk peran masyarakat serta peran pihak swasta dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang.

**Kata kunci** : *Manajemen, Pariwisata, Pengembangan, Strategi.*

---

<sup>1</sup> Mayang Vini Setya, Universitas Diponegoro, [mayangvinis@gmail.com](mailto:mayangvinis@gmail.com)

## **Pendahuluan**

Menurut Undang – Undang Nomor 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah, pengertian otonomi daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Sektor pariwisata ikut berperan penting dalam perwujudan kesejahteraan masyarakat. Hal ini tercantum dalam Undang Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah.

Tugas Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai Organisasi Perangkat Daerah (OPD) adalah melaksanakan urusan pemerintah daerah di bidang Kebudayaan dan Pariwisata berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan maka dari itu peran pemerintah Kota Semarang sangat dibutuhkan dalam pengembangan potensi pariwisata yang ada dan yang belum tergali. Pemerintah Kota harus turut melibatkan seluruh aspek kehidupan masyarakat bersama-sama sebagai penggerak untuk lebih mengembangkan seluruh potensi yang dimiliki daerah. Pemerintah Kota Semarang menggaet masyarakat dan pihak swasta (agen travel dan hotel) dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang. Hal ini dilakukan karena pelaku pariwisata tidak hanya pemerintah, namun juga masyarakat dan pihak swasta.

Dengan kekayaan Pariwisata yang dimiliki Kota Semarang seharusnya Kota Semarang mampu bersaing dengan kota lain sebagai Kota Destinasi Wisata, tidak hanya sebatas menjadi kota transit namun Kota Semarang juga seharusnya mampu menjadi kota destinasi wisata secara nasional maupun internasional. Keuntungan lain yang didapat sekaligus adalah membuka lahan pekerjaan bagi masyarakat, peningkatan sektor industri pariwisata dan peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Semarang. Dalam pengelolaan sektor pariwisata walaupun Pemerintah Kota Semarang sudah melakukan banyak upaya yang memberikan hasil positif tapi dinilai masih kurang dibandingkan dengan daerah lain. Masyarakat masih minim informasi tentang objek wisata, kurang ketersediaan fasilitas publik pendukung kegiatan wisata, banyaknya kondisi objek wisata yang rusak dan tidak terawat, serta kegiatan atau event pelestarian pariwisata Kota Semarang yang masih kurang variatif dan masih ada beberapa yang kurang dukungan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Pelaksanaan Strategi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Semarang dalam upaya mengembangkan urusan Pariwisata di Kota Semarang tahun 2016?

## **Kajian Teori**

### **Pariwisata**

Menurut G.A. Scmoll industri pariwisata adalah *Tourism is a highly decentralized industri consisting of enterprises different in size, location, function, type organization, range of service provided and method used to market and sell them.*<sup>2</sup> Dijelaskan bahwa pariwisata tidak hanya tergantung pada potensi yang dimiliki suatu daerah, namun masa kini potensi tersebut harus diolah dan dipasarkan sebaik mungkin agar memiliki nilai jual

---

<sup>2</sup> Oka A. Yoeti. 1985. *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa. Hal. 5

yang tinggi. Kota Semarang memanfaatkan sektor pariwisata sebagai sumber pendapatan dan potensi dalam bersaing dengan daerah lain. Alasannya adalah karena kekayaan potensi pariwisata di Kota Semarang yang cukup banyak dan perlu di kembangkan. Pembangunan pariwisata Kota Semarang diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu bersaing di lingkungan lokal sampai internasional. Dalam pariwisata dikenal istilah jenis pariwisata, industri pariwisata, atraksi wisata, dan sarana wisata. Industri pariwisata adalah kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara bersama-sama menghasilkan barang dan jasa (*goods and services*) yang dibutuhkan wisatawan pada khususnya dan traveller pada umumnya selama dalam perjalanannya.<sup>3</sup>

### **Peran Aktor dalam Industri Pariwisata**

Menurut Gamal Suwanto, dalam kepariwisataan masyarakat dapat didefinisikan ke dalam 4 komponen pokok yang memiliki fungsi yang terjalin erat satu sama lain, yaitu Komponen Pemerintah, Komponen Penyelenggara Pariwisata, Komponen Masyarakat Penerima Pariwisata, dan Komponen Wisatawan. Empat kategori ini memiliki kepentingan yang berbeda-beda namun setiap kegiatan dan tindakannya harus sejalan dengan kepentingan pemerintah, penyelenggaraan pariwisata, dan kepentingan masyarakat agar tidak menimbulkan kerugian pada setiap komponen.<sup>4</sup> Berdasarkan komponen-komponen di atas, dapat didefinisikan dan dikategorikan menjadi Pemerintah, Swasta dan Masyarakat.

Peran Pemerintah dalam mengembangkan pariwisata dalam garis besarnya adalah menyediakan infrastruktur (tidak hanya dalam bentuk fisik), memperluas berbagai bentuk fasilitas, kegiatan koordinasi antara aparatur pemerintah dengan pihak swasta, pengaturan dan promosi umum ke luar negeri.<sup>5</sup>

Peran Masyarakat, sukses atau keberhasilan jangka panjang suatu industri pariwisata sangat tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan dari komunitas lokal. diperlukan kerjasama dengan masyarakat sekitar, serta diperlukan masyarakat yang sadar wisata.<sup>6</sup> Masyarakat juga harus mampu bekerjasama dengan pemerintah dengan cara mendukung setiap kebijakan pariwisata yang dibuat oleh pemerintah.

Peran Swasta Swasta juga dapat berperan dalam menyediakan berbagai jenis pelayanan publik, seperti pembangunan infrastruktur, penyediaan fasilitas-fasilitas komunitas, dan berbagai jenis pelayanan lainnya yang dibutuhkan sektor pariwisata.

Kerjasama dengan pihak swasta penting untuk lancarnya pengelolaan dan penyediaan pariwisata yang profesional. Swasta dapat melakukan kerjasama dengan pemerintah dalam penyelenggaraan pariwisata, untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan sebelumnya sehingga memperoleh hasil dan keuntungan yang lebih besar dari pada dilakukan sendiri oleh pemerintah tanpa bekerjasama dengan pihak swasta.

### **Manajemen Strategik**

Secara umum menurut George Steiner (1979), strategi dapat didefinisikan sebagai cara mencapai tujuan. Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.<sup>7</sup>

Dalam manajemen dikenal yaitu Manajemen Pariwisata, dimana manajemen pariwisata juga dikenal istilah Manajemen destinasi pariwisata yang merupakan suatu konsep yang memuat serangkaian tindakan yang terkoordinasi dari semua stakeholder untuk menghasilkan pengalaman berwisata dengan cakupan kerja yang luas, mulai dari perencanaan dan pengembangan, pemasaran

---

<sup>3</sup> Yoeti, Oka A. 1982. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa. Hal 140.

<sup>4</sup> *Ibid*

<sup>5</sup> Hari Hartono. 1974. *Perkembangan Pariwisata Kesempatan Kerja dan Permasalahannya*. Prisma Vol. III, No. 2 hal 49

<sup>6</sup> R. G. Soekardijo, 1996, *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Sistemik Ligkage*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Hlm 135

<sup>7</sup> George Steiner, dalam Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia. hlm 2

dan layanan informasi, manajemen pengunjung, dan sumber daya pariwisata (Osmankovic, et.al, 2010).<sup>8</sup>

### **Metode**

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan atau menggambarkan permasalahan yang diteliti dengan menggunakan uraian narasi. Untuk penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif deskriptif.

Subjek penelitian adalah individu atau kelompok yang diharapkan dapat menceritakan apa yang ia ketahui tentang sesuatu yang berkaitan dengan fenomena atau kasus yang sedang diteliti. Subjek dalam penelitian ini bersifat purposif, diantaranya adalah:

1. Pemerintah (Pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang)
2. Swasta (Pihak Hotel, agen tour travel)
3. Masyarakat (wisatawan, masyarakat yang berusaha di sekitar objek wisata, masyarakat yang tinggal di sekitar objek wisata.)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model analisis data yang disebut sebagai model interaktif oleh Huberman dan Miles. Model ini terdiri dari tiga hal utama yaitu : reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

### **Gambaran Umum**

Secara geografis Kota Semarang terletak pada posisi 6° 50' - 7° 10' Lintang Selatan dan 109° 35' - 110° 50' Bujur Timur. Sebelah Barat berbatasan dengan wilayah Kabupaten Kendal, sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Demak, sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Semarang, dan sebelah Utara dibatasi oleh Laut Jawa dengan panjang garis pantai 13,6 Km. Ketinggian Kota Semarang terletak antara 0,75 sampai dengan 348,00 di atas garis pantai. Berdasarkan morfologinya, wilayah Kota Semarang secara umum dapat dibagi menjadi dua (2) bagian, yaitu Kota Semarang Bawah yang merupakan dataran rendah, dan Kota Semarang Atas yang merupakan dataran tinggi (perbukitan). Pada dataran rendah, struktur geologi berupa batuan endapan (alluvium) yang berasal dari endapan sungai yang mengandung pasir dan lempung. Sedangkan pada daerah perbukitan sebagian besar memiliki struktur geologi berupa batuan beku.

Secara administratif, Kota Semarang terbagi atas 16 wilayah Kecamatan dan 177 Kelurahan. Luas wilayah Kota Semarang tercatat 373,70 Km<sup>2</sup>. Luas yang ada, terdiri dari 39,56 Km<sup>2</sup> (10,59%) tanah sawah dan 334,14 (89,41%) bukan lahan sawah. Berdasarkan hasil registrasi penduduk tahun 2015, jumlah penduduk Kota Semarang tercatat sebesar 1.595.267 jiwa dengan pertumbuhan penduduk selama tahun 2015 sebesar 0,65%. Tingkat pertumbuhan penduduk pada tiga tahun terakhir berfluktuatif. Dimana tercatat pada tahun 2013 sebesar 0,83% meningkat pada tahun 2014 ke angka 0,97% kemudian turun kembali menjadi 0,59%.

Berdasarkan pada data yang bersumber dari BPS Kota Semarang tahun 2016 ada 2 sektor yang cukup besar sumbangannya dalam PDRB atas dasar harga berlaku, yaitu sektor perdagangan, hotel dan restoran; serta sektor industri pengolahan. Sumbangan sektor perdagangan, hotel dan restoran sampai tahun 2013 cenderung naik yaitu dari 28,01 % pada 2012 menjadi 28,43 % pada tahun 2013 dengan laju pertumbuhan sebesar 10,03 %. Untuk sektor Industri pengolahan menyumbang 24,63 % pada tahun 2013 mengalami kenaikan bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu 24,36 % dengan pertumbuhan 13,46 %.

Kota Semarang sebagai kota perdagangan pada jaman dahulu serta kota transit juga membuat Kota Semarang memiliki warisan budaya dan sejarah yang kaya. Budaya masyarakat yang terdiri dari berbagai etnis diantaranya Cina, Arab, Jawa dan Belanda serta agama yang beragam tercerikan dengan bangunan-bangunan bersejarah yang berdiri di Kota Semarang. Bangunan-bangunan tersebut menjadi salah satu daya tarik wisata di Kota Semarang yang terkenal. Kota Semarang tercatat memiliki 64 obyek wisata/ daya tarik wisata; 11 wisata alam, 24 wisata budaya 29 wisata buatan. Semarang yang memiliki daya tarik wisata yang begitu beragam memunculkan potensi

---

<sup>8</sup> Janianton Damanik, Frans Teguh. *Manajemen Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Kepel Press. 2013. hal 8.

Kota Semarang sebagai kota MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) yang terkait erat dengan sektor perdagangan dan jasa khususnya industri pariwisata.

Kota Semarang nampaknya akan terus berkembang, selain sebagai kota perdagangan juga menjadi kota jasa pariwisata. Untuk urusan Pariwisata, strateginya adalah Penguatan dan Pengembangan Sektor Unggulan. Dimana arah kebijakannya adalah peningkatan pengelolaan kepariwisataan dengan kebijakan diarahkan pada peningkatan kunjungan wisatawan, peningkatan pengelolaan obyek serta kemitraan kepariwisataan.

### **Pembahasan**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang sebagai Perangkat Organisasi Daerah (OPD) mempunyai tugas membantu Walikota dalam melaksanakan urusan pemerintahan bidang kebudayaan dan bidang pariwisata yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantuan yang ditugaskan kepada daerah. Khususnya dalam penelitian ini adalah urusan Pariwisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang tentunya melaksanakan sistem manajemen guna mencapai strategi yang sudah ditentukan.

#### **1. Perencanaan**

Dalam rangka perwujudan Peraturan Walikota Semarang Nomor 80 Tahun 2016, Disbudpar Kota Semarang menyelenggarakan fungsi perumusan rencana strategis sesuai dengan visi dan misi Walikota dan fungsi lainnya. Strategi dan arah kebijakan RPJMD Kota Semarang khususnya Disbudpar Kota Semarang tahun 2016-2021 dibentuk sebagai perencanaan strategis yang mengagendakan aktivitas pembangunan, segala program yang mendukung dan menciptakan layanan masyarakat yang baik, termasuk didalamnya upaya memperbaiki kinerja dan kapasitas birokrasi, sistem manajemen dan pemanfaatan teknologi informasi.

Strategi RPJMD Kota Semarang adalah “Penguatan dan Pengembangan Sektor Unggulan” dengan arah kebijakan: “peningkatan pengelolaan kepariwisataan dengan kebijakan diarahkan pada peningkatan kunjungan wisatawan, peningkatan pengelolaan obyek serta kemitraan kepariwisataan”.

Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam mengembangkan pariwisata Kota Semarang pada tahun 2016 adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kinerja aparatur di lingkungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang;
2. Meningkatkan pelestarian kawasan, situs, benda dan bangunan cagar budaya;
3. Meningkatkan pelestarian seni budaya tradisional;
4. Meningkatkan apresiasi seni budaya tradisional untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
5. Meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata;
6. Meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara;
7. Meningkatkan sarana prasarana dan event MICE
8. Meningkatkan profesionalisme SDM kepariwisataan.

#### **2. Pengorganisasian**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam pengorganisasiannya pada tahun 2016 Disbudpar sudah menggunakan peraturan baru tentang kedudukan, susunan organisasi, tugas dan fungsi, serta tata kerja Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yaitu Peraturan Walikota Semarang Nomor 80 Tahun 2016. Temuan menunjukkan bahwa Disbudpar memiliki keterbatasan kualitas SDM dalam melaksanakan tugas dan fungsinya. Kemampuan sumber daya manusia yang ada di Disbudpar belum optimal karena tidak semua memiliki pengetahuan kepariwisataan.

#### **3. Pelaksanaan dan Implementasi Program**

Temuan di lapangan mengungkapkan bahwa pelaksanaan kinerja aparatur di lingkungan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang disesuaikan dengan Perwal yang berlaku. Tetapi pelaksanaannya belum maksimal karena masih adanya SDM yang tidak mempunyai latar belakang pendidikan di bidang kepariwisataan sehingga menyulitkan optimalisasi kinerja, sedangkan bidang pariwisata merupakan bidang yang kompleks.

Hasil temuan di lapangan mengenai pelaksanaan strategi meningkatkan pelestarian kawasan, situs, benda dan bangunan cagar budaya yang dilakukan Disbudpar sudah terlaksana dengan baik. Pelaksanaannya dimulai dengan pendataan bangunan-bangunan yang diduga cagar budaya khususnya di wilayah Kota Lama Semarang untuk kemudian dicarikan langkah tepat untuk melestarikan bangunan tersebut. Walaupun ditemukan hambatan berupa kesulitan anggaran, karena anggaran yang diperlukan untuk pengerjaan revitalisasi suatu bangunan tentunya menelan biaya yang cukup besar.

Pelaksanaan strategi peningkatan pelestarian seni budaya tradisional oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang sudah maksimal. Disbudpar melaksanakannya dengan pemberdayaan para pelaku seni budaya dalam melestarikan dan mengembangkan seni budaya yang masyarakat miliki. Dimulai dengan penggalian dan pendataan inventarisasi potensi kebudayaan dan kesenian yang ada dalam masyarakat Kota Semarang. Kemudian menerbitkan data kelompok sanggar seni dan budaya agar komunitas tersebut dapat terus berkegiatan. Hambatan yang berasal dari individu masyarakat yang kurang antusias dalam pengembangan daerah mereka karena antusiasme pelestarian seni budaya asli mereka terkikis oleh pengaruh globalisasi dan teknologi yang ternyata berdampak negatif terhadap mereka.

Pelaksanaan strategi peningkatan apresiasi seni budaya tradisional untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sudah optimal. Disbudpar menyelenggarakan event-event besar dan pagelaran seni budaya dan promosi karya seni budaya secara rutin setiap tahunnya sebagai bentuk apresiasi terhadap keragaman dan kreativitas seni budaya yang ada di masyarakat.

Pelaksanaan strategi peningkatan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata di Kota Semarang dilakukan dengan mengembangkan destinasi wisata yang sudah ada serta mencari dan menggali potensi obyek wisata yang belum ditemukan untuk dijadikan daya tarik wisata baru. Namun pelaksanaannya belum optimal dibuktikan dengan kekecewaan yang dirasakan wisatawan dan pelaku usaha terhadap kondisi fasilitas dan akses beberapa daya tarik wisata di Kota Semarang. Penyebabnya di antara lain anggaran yang terbatas, proses penetapan/pengembangan suatu daya tarik yang panjang serta sikap masyarakat asli yang cenderung kurang kooperatif dengan pemerintah.

Pelaksanaan strategi meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dilakukan dengan menambah sejumlah atraksi wisata di berbagai obyek wisata dan berupa event-event besar rutin yang diadakan setiap tahun. Pelaksanaan kegiatan promosi dan pemasaran pariwisata yang merupakan hal penting dalam pengembangan pariwisata, berupa pembuatan bahan promosi, pengadaan media promosi dan pameran di dalam dan luar negeri. Kerjasama dengan pihak swasta yaitu hotel dan tour travel berupa himbauan mengadakan ruang untuk promosi pariwisata Kota Semarang dan penawaran paket wisata ke obyek-obyek wisata di Kota Semarang. Namun dibalik kenaikan tersebut, dalam pelaksanaannya ditemukan masalah yang cukup menghambat peningkatan jumlah kunjungan wisatawan menjadi kurang maksimal. Masalah tersebut ialah *branding* Kota Semarang yang masih dikenal wisatawan sebagai Kota Transit bukan Kota Destinasi.

Pelaksanaan strategi meningkatkan sarana prasarana event MICE ditemukan kurang maksimal dimana adanya keluhan dari wisatawan dari segi kenyamanan berwisata, anggaran yang terbatas, serta sinergitas antara para pemangku kepentingan dan dinas dinas terkait yang masih kurang. Namun usaha Disbudpar dalam merekomendasikan perijinan tempat wisata, dan pembinaan pelaksanaan kepariwisataan sesuai dengan perundangan tetap giat dilakukan, hal ini cukup menghasilkan hasil yang memuaskan dimana jumlah hotel, restoran/rumah makan dan tempat hiburan di Kota Semarang rata-rata meningkat serta mencapai jumlah yang sudah ditargetkan.

Program kegiatan membangun kemitraan ini diagendakan dan dilakukan secara rutin. Dalam kegiatan ini diberikan pendidikan mengenai kepariwisataan kepada para pelaku usaha pariwisata dari pihak Disbudpar dengan menghadirkan pemateri yang berkompeten dibidangnya. Melaksanakan pengembangan kegiatan kepariwisataan, berdiskusi mengenai urgensi masalah yang ditemukan dan pemecahan masalah serta mencari solusi terbaik untuk mengatasi permasalahan yang dialami para pelaku usaha pariwisata di Kota Semarang. Pelatihan serta pembinaan juga dilakukan guna terarah dan teraturnya sumber daya manusia yang bergerak di bidang pariwisata yang ada di Kota Semarang. Dengan pelaksanaan pelatihan, pendidikan dan pembinaan tersebut

dapat membantu para SDM pariwisata berusaha secara optimal dan terciptalah profesionalisme SDM.

#### 4. Monitoring dan Evaluasi

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang melakukan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana pencapaian rencana strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang pada tahun 2016. Kegiatan evaluasi tahunan yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang hanya mengevaluasi program kerja pada tahun tersebut. Evaluasi program yang sudah direncanakan para rencana kerja tahun 2016 yang kemudian hasilnya dituangkan pada laporan akhir tahun. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tidak melakukan evaluasi strategi tahunan, strategi pengembangan pariwisata Kota Semarang direncanakan dan dilaksanakan sebagai pedoman perumusan rencana kerja tahunan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

### **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Pelaksanaan strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam upaya mengembangkan pariwisata di Kota Semarang dapat disimpulkan sudah berjalan dengan baik namun belum maksimal di beberapa strategi. Strategi yang sudah berhasil diantaranya adalah dalam meningkatkan apresiasi seni budaya tradisional untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan dalam meningkatkan profesionalisme SDM kepariwisataan. Pelaksanaan strategi lainnya belum maksimal dikarenakan ditemukan hambatan-hambatan.

Hambatan tersebut diantaranya masih belum maksimalnya kinerja aparatur di lingkungan Disbudpar karena masih kekurangan SDM yang ahli dibidang pariwisata dan teknik, padahal hal tersebut dibutuhkan pada saat perumusan perencanaan program, pembangunan dan pengembangan wisata. Kendala biaya berupa keterbatasan anggaran juga menghambat pelestarian kawasan, situs, benda dan bangunan cagar budaya serta peningkatan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata di Kota Semarang. Hambatan lain yang muncul dari dalam lingkungan pemerintahan berupa proses birokrasi yang panjang dan cukup rumit serta koordinasi antar Dinas terkait masih kurang dalam mengurus kebutuhan pariwisata Kota Semarang.

Dari sisi kerjasama dengan masyarakat juga mengalami hambatan berupa kurang antusiasnya masyarakat Kota Semarang dalam pelestarian seni budaya tradisional karena efek negatif teknologi dan globalisasi. Masyarakat saat ini menganggap seni budaya tradisional merupakan hal yang kuno dan kurang menarik padahal sikap dan peran masyarakat untuk menghargai dan ikut melestarikan seni budaya tradisional yang ada di lingkungannya sangat penting bagi kelangsungan dan perkembangan pariwisata Kota Semarang. Adanya sikap penolakan dari masyarakat terhadap campur tangan pemerintah Kota Semarang dalam pengelolaan di beberapa daerah wisata seperti Desa Kandri menghambat berkembangnya daerah wisata tersebut. Sebagian pemikiran masyarakat masih belum terbuka terhadap tingginya potensi wisata yang dimiliki daerahnya.

Sehubungan dengan pentingnya peran stakeholder lain yaitu peran swasta dalam pengembangan pariwisata sangat berpengaruh pada tingkat jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Semarang. Kerjasama antara pemerintah dengan pihak swasta dalam pengembangan pariwisata Kota Semarang masih minim, hal ini dirasakan oleh pihak swasta yang merasa pemerintah Kota Semarang belum dapat mengkoordinir serta mewartakan seluruh kegiatan pariwisata yang ada di Kota Semarang. Pihak swasta merasa masih kurang dukungan dan kekurangan wadah promosi yang disediakan oleh pemerintah, padahal kegiatan promosi dan pemasaran pariwisata merupakan salah satu hal yang penting dalam pengembangan pariwisata. Kota Semarang belum memiliki Branding pariwisata yang kuat untuk dijual atau dipromosikan oleh para pegiat pariwisata kepada wisatawan, Kota Semarang masih dikenal wisatawan sebagai Kota Transit bukan Kota Destinasi Pariwisata.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat diberikan saran:

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang harus lebih selektif dalam memilih sumber daya manusia di lingkungan Dinas. Memperbaiki perencanaan anggaran untuk pelestarian kawasan, situs, benda dan bangunan cagar budaya serta pengelolaan, perawatan dan pengembangan kualitas dan kuantitas obyek, aset, sarana dan prasarana yang dimiliki Kota Semarang agar menjadi lebih baik. Perbaikan dalam sistem birokrasi juga diperlukan agar memudahkan proses perencanaan dan penganggaran dalam usaha peningkatan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata di Kota Semarang. Disbudpar juga harus lebih intens dalam melaksanakan koordinasi antar dinas yang terkait dalam rangka melaksanakan kegiatan peningkatan sarana dan prasana di beberapa obyek wisata.

Perbaikan hubungan masyarakat dengan pemerintah Kota Semarang dengan cara lebih melibatkan masyarakat/ pokdarwis dalam perencanaan dan pelaksanaan pengembangan obyek wisata di daerahnya. Meningkatkan antusiasme masyarakat Kota Semarang dalam rangka pelestarian seni budaya tradisional, menjadikan perkembangan teknologi dan globalisasi sebagai alat untuk melestarikan seni budaya tradisional milik masyarakat. Memberikan kesempatan lebih kepada masyarakat untuk ikut berperan aktif dalam kegiatan promosi/pemasaran pariwisata Kota Semarang dengan menyelenggarakan kegiatan yang kreatif sehingga masyarakat lebih bersemangat untuk berkegiatan pariwisata.

Meningkatkan kerjasama dengan pihak swasta, melalui pengadaan perencanaan dan pelaksanaan kegiatan-kegiatan pariwisata yang melibatkan pihak swasta, sehingga pihak swasta dapat merasa diberikan wadah dan dukungan untuk berpartisipasi dalam kegiatan bersama dengan pemerintah Kota Semarang. Memperbaiki koordinasi dengan para pegiat dan pelaku usaha pariwisata yang ada di Kota Semarang. Memasifkan branding Kota Semarang sebagai Kota Destinasi Pariwisata dengan mengadakan berbagai kegiatan promosi bersama sama dengan pegiat dan pelaku usaha pariwisata di Kota Semarang. Mengadakan kerjasama pengelolaan obyek atau suatu daerah wisata dengan pihak swasta.

#### **Daftar Pustaka**

##### **Buku :**

- Creswell W. (2014). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih diantara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Damanik, J. dan Frans, T. (2013). *Manajemen Destinasi Pariwisata Sebuah Pengantar Ringkas*. Yogyakarta: Kepel Press.
- David, R, 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fandeli, Chafid, (1997). *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.
- Gromang, Frans. (2003). *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Harikaryono, A. (1997). *Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia.
- Islamy, Irfan. (1994). *Prinsip-Prinsip Perumusan Kebijakan Negara*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ismiyanti. (2011). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Kusmayadi dan Sugiarto, Endar. 2000. *Metode Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pusataka Utama.
- Nazir, Moh. (1985). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pearce, John A. (2008). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pendit, Nyoman S, (1999). *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pitana, Diarta Surya. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogya: Andi Publishing.
- Prajogo, M.J. (1976). *Pengantar Pariwisata Indonesia*, Jakarta: Direktorat Jendral Pariwisata
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Sari, S.R. (2004). *Peran Pariwisata dalam Pembangunan*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Spillane, James. (1987). *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Spillane, James. (1991). *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.



- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sunaryo, Bambang. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata; Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media
- Suwantoro, Gamal, (1997). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andy
- Yoeti Oka A. (2008). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Yoeti, Oka A. (1982). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Yoeti, Oka A. (1996). *Anatomi Pariwisata*. Bandung: Angkasa
- Yoeti, Oka A. (1997). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita

**Peraturan Perundang-Undangan:**

- LKPJ walikota Semarang tahun anggaran 2013
- LKPJ walikota Semarang tahun anggaran 2014
- LKPJ walikota Semarang tahun anggaran 2015
- Peraturan Daerah Kota Semarang Nomor 12 Tahun 2008 tentang Pembentukan Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah Kota Semarang
- Peraturan Daerah Kota Semarang nomor 3 tahun 2010 tentang Kepariwisata
- Peraturan Walikota Semarang Nomor 30 tahun 2008 tentang Penjabaran Tugas dan Fungsi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang
- Rencana Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang 2013
- Rencana Strategis (Renstra) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang Tahun 2010-2015
- Undang – Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah
- Undang – Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah.
- Undang – Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah
- Undang Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata

**Jurnal:**

- Khitam, Chusnul M. (2012). *Kerjasama Antara Pemerintah Daerah, Swasta, dan Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata*. Dalam <http://journal.unisla.ac.id/>. Diunduh pada 28 September pukul 20.23 WIB
- Tiyanto. Prihatin.dkk. 2011. *Strategi Pengembangan Kota Semarang Menuju Kota Mice (Meetings, Incentive, Conference, Exhibition), Upaya Percepatan Pembangunan Menuju Kota Semarang Setara*. Riptek Vol. 5 No.II. Semarang.