

KEMITRAAN PEMERINTAH dan SWASTA dalam PROGRAM PASAR SEMARANG TINJOMOYO TAHUN 2018 (STUDI KASUS: HUTAN WISATA TINJOMOYO KOTA SEMARANG)

Fathur Reynaldi Pratama - 14010115120020

Fathur.reynaldi@gmail.com

Dosen Pembimbing : Dr.Drs. Teguh Yuwiono M.Pol.Admin

Tyuwonos22@gmail.com

Departemen Politik dan Pemerintahan, FISIP

Universitas Diponegoro, Indonesia

INTISARI

Dibentuknya program kemitraan antara Pemerintah Kota Semarang dan Swasta, yaitu program Pasar Semarang. Program Pasar Semarang ini adalah suatu destinasi dengan konsep digital dengan mengangkat unsur budaya asli Semarang.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus karena dianggap bisa menjelaskan suatu kejadian dengan merujuk pada kasus-kasus yang ada di lapangan secara spesifik. Penelitian ini mengambil desain penelitian kualitatif, dengan melakukan wawancara dengan narasumber atau informan terkait .

Penelitian ini untuk mendapatkan data tentang apa saja bentuk program kemitraan antara Pemerintah Kota Semarang dan Swasta (BNI) terkait Pasar Semarang Tinjomoyo, bagaimana proses revitalisasi Pasar Semarang Tinjomoyo, dan kemitraan yang terjadi dapat menjadi suatu proses pemberdayaan masyarakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemitraan yang terjalin oleh aktor-aktor yang terlibat membentuk program Pasar Semarang. Dalam proses revitalisasi tersebut peranan aktor-aktor yang terlibat dalam mendukung program Pasar Semarang ini dengan melakukan sosialisasi, pembinaan serta adanya pemberdayaan masyarakat yang terjadi dalam kemitraan tersebut.

KATA KUNCI

Kemitraan, Pasar Semarang, Hutan Tinjomoyo, Semarang

Pendahuluan

Pada tahun 2018, perkembangan dari pariwisata di Kota Semarang adalah Hutan Tinjomoyo yang dulu sudah mulai berkurang adanya aktivitas akibat dari berpindahnya kebun binatang di Hutan Tinjomoyo ke daerah Mangkang. Keberpindahan kebun binatang ini dikarenakan terkena dampak dari banjir besar dari Kali Garang sehingga mengakibatkan terputusnya jembatan besar yang menjadi sumber penghubung untuk masuk ke hutan. Hutan tinjomoyo memiliki total luas 57 hektar, sehingga masih banyak peluang untuk dilakukannya pembangunan untuk menciptakan destinasi wisata. Hutan Tinjomoyo merupakan ruang terbuka hijau yang masih menjadi aset Kota Semarang yang dikelola sebaik mungkin untuk mempertahankan keaslian dan kelestarian alam dari hutan Tinjomoyo itu sendiri.

Berdasarkan hal tersebut, keseriusan Pemerintah Kota Semarang untuk menggarap kembali Tinjomoyo. Lokasi itu akan disulap menjadi tempat instagramable, salah satunya dipasang hammock atau ayunan pohon warna-warni. Dalam revitalisasi tersebut, Pemerintah Kota Semarang menjalin mitra atau kerjasama dengan pihak swasta dan Komunitas, yakni bermitra dengan Bank BNI Cabang Karang Ayu dan POKDARWIS (kelompok sadar wisata). Pada kemitraan tersebut merupakan upaya Pemerintah Kota Semarang untuk menghidupkan kembali Kawasan Hutan Tinjomoyo serta menjadikan Kawasan tersebut sebagai destinasi wisata baru bagi masyarakat Kota Semarang dan masyarakat luar Kota Semarang. Dengan keberadaan Pasar Semarang Tinjomoyo ini diharapkan semakin menambah daya tarik wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Hutan Tinjomoyo.

Banyak tempat wisata di Kota Semarang ini yang baru seperti tempat wisata taman lele, Taman Raden Saleh. Khusus di Hutan Wisata Tinjomoyo jumlah kunjungan sangat sedikit, karena sangat minim fasilitasnya. Kemudian terbesit bermula dari ide terbentuknya Pasar Karetan, di Kota Kendal, Pasar rakyat yang dimana menjadi program antara Genpi Jateng dan Kementrian Kepariwisata, ternyata menjadi respon bagus dari kunjungan pariwisata, sehingga hal tersebut menumbuhkan ide Pemerintah Kota Semarang dan melakukan inovasi.

Kota Semarang terus berinovasi, kini sektor pariwisata meluncurkan destinasi baru berkonsep digital. Pasar Semarang Tinjomoyo, konsep pasar digital yang fotogenik dengan konsep pembayaran cashless atau non tunai. Memiliki warisan akulturasi budaya berbagai negara, lanskap alam yang indah, dan kelengkapan akomodasi, Semarang memiliki potensi wisata yang luar biasa. Banyak aset yang bisa direvitalisasi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan. Salah satunya Hutan Kota Tinjomoyo yang akan disulap menjadi Pasar Semarang Tinjomoyo. Sebuah ikon wisata Semarang yang benar-benar baru karena menjadi percontohan wisata digital *zaman now*.

Diberi nama Pasar Semarang karena menjual makanan-makanan khas Semarang dengan meliputi beberapa etnis yang berkembang di Kota Semarang, yakni etnis Jawa, etnis China, etnis Belanda, dan etnis Arab. Itu yang mengawali ide Pemkot Semarang supaya dengan adanya event di Pasar Semarang Tinjomoyo dapat menarik wisatawan dengan begitu dapat menarik pendapatan. Proses kemitraan dalam program kemitraan antara Pemerintah Kota Semarang dan Swasta, dalam hal ini Bank BNI, rangkaian proses kemitraan mulai dari rapat koordinasi hingga sosialisasi.

Pariwisata cukup berperan penting dalam menetapkan kebijaksanaan mengenai kesempatan kerja, dengan alasan semakin mendesaknya tuntutan akan kesempatan kerja yang tetap sehubungan dengan selalu meningkatnya wisata di masa yang akan datang. Kemudian melihat bahwa pariwisata itu perlu adanya peran masyarakat dalam hal ini pemberdayaan masyarakat melalui pokdarwis diharapkan bisa lebih berkembang. Salah satunya dengan adanya Pasar Semarang Tinjomoyo melibatkan POKDARWIS sekaligus pemberdayaan berjalan disana.

Pasar Semarang Tinjomoyo memiliki konsep umum yang sama dengan pasar tradisional pada umumnya, di mana ada penjual, pembeli dan barang yang diperjualbelikan. Untuk kulinernya sendiri terdiri dari 4 etnis, yakni etnis China, Arab, Belanda, dan Jawa. Bedanya, di *cashless* (non tunai). Dalam hal ini Pemerintah Kota Semarang bekerja sama dengan Bank BNI menghadirkan pengalaman berbelanja secara digital yang belum pernah ada di destinasi wisata Kota Semarang, bahkan Jawa

Tengah. Didukung BNI dengan produk non tunai, yaitu *T-Cash* dan Aplikasi *YAP (Your All Payment)*, maka cukup dipindai *QR Code/ Bar-code* saat membayar.

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, dengan adanya Pasar Semarang Tinjomoyo dari kemitraan yang terjalin antara Pemerintah Kota Semarang dengan Swasta (BNI) kunjungan wisatawan diharapkan terus meningkat. Dasar yang diperkirakan penulis tentang bentuk program kemitraan Pemerintah dan swasta, revitalisasi Hutan wisata Tinjomoyo dan dengan adanya kemitraan ini menjadi suatu pemberdayaan masyarakat. Hutan Wisata Tinjomoyo merupakan hutan yang memiliki objek pariwisata yang memiliki nilai jual potensial yang melibatkan kegiatan masyarakat sekitar dalam mengelola objek pariwisata tersebut. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: Apa saja bentuk program kemitraan Pemerintah Kota Semarang dan Swasta (Bank BNI) terkait Pasar Semarang tinjomoyo, Bagaimana proses kemitraan dalam revitalisasi Pasar Semarang Tinjomoyo, dan apakah kemitraan yang terjadi dalam terbentuknya Pasar Semarang Tinjomoyo menjadi suatu proses pemberdayaan masyarakat.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu; Teori Kemitraan, dan Teori Pemberdayaan Masyarakat, penjelasannya adalah sebagai berikut:

Teori Kemitraan

Menurut sumarto (2009:116) *partnership* adalah hubungan yang terjadi antara *civil society*, pemerintah atau sektor swasta dalam rangka mencapai suatu tujuan yang didasarkan pada prinsip kepercayaan, kesetaraan, dan kemandirian.

Adapun pola kemitraan menurut Sulistiyani (2004:130-131) diilhami dari fenomena biologis kehidupan organisme dan mencoba mengangkat ke dalam pemahaman yang dibedakan menjadi berikut :

1. *Pseudo Partnership* atau kemitraan semu

Kemitraan semu adalah merupakan sebuah persekutuan yang terjadi antara dua pihak atau lebih, namun tidak sesungguhnya melakukan kerja sama secara seimbang satu dengan lainnya. Bahkan pada suatu pihak belum tentu memahami secara benar akan makna sebuah persekutuan yang dilakukan, dan untuk tujuan apa itu semua dilakukan serta disepakati. Ada suatu yang unik dalam kemitraan semacam ini, bahwa kedua belah pihak atau lebih sama-sama merasa penting untuk melakukan kerjasam, akan tetapi pihak-pihak yang bermitra belum tentu memahami substansi yang diperjuangkan dan manfaatnya apa.

2. Kemitraan Mutualistik

Kemitraan mutualistik adalah merupakan persekutuan dua pihak atau lebih yang sama-sama menyadari aspek pentingnya melakukan kemitraan, yaitu untuk saling memberikan manfaat dan mendapat manfaat lebih, sehingga akan dapat mencapai tujuan secara optimal. Berangkat dari pemahaman akan nilai pentingnya melakukan kemitraan, dua agen atau organisasi atau lebih yang memiliki status sama atau berbeda, melakukan kerjasama. Manfaat saling silang antara pihak-pihak yang saling bekerjasama dapat diperoleh, sehingga memudahkan masing-masing dalam mewujudkan visi dan misinya, dan sekaligus saling menunjang satu sama lain.

3. Kemitraan Konjugasi

Kemitraan konjugasi adalah kemitraan yang dianalogikan dari kehidupan "*paramecium*" dua *paramecium* melakukan konjugasi untuk mendapat energi dan kemudian terpisah satu sama lain, dan selanjutnya dapat melakukan pembelahan diri. Bertolak dari analogi tersebut maka organisasi, agen-agen, kelompok-kelompok atau perorangan yang memiliki kelemahan di dalam melakukan usaha atau mencapai tujuan organisasi dapat melakukan kemitraan dengan model ini. Dua pihak atau lebih dapat melakukan konjugasi dalam rangka meningkatkan kemampuan masing-masing.

Teori Pemberdayaan Masyarakat

Konsep pemberdayaan masyarakat, Winami (Sulistiyani,2004:79) mengungkapkan bahwa inti pemberdayaan adalah meliputi tiga hal, yaitu pengembangan (*enabling*), memperkuat potensi atau

daya (*empowering*), terciptanya kemandirian. Bertolak dari pendapat ini, berarti pemberdayaan tidak saja terjadi pada masyarakat yang tidak memiliki kemampuan, akan tetapi pada masyarakat yang memiliki daya yang masih terbatas, dapat dikembangkan hingga mencapai kemandirian.

Tujuan yang ingin dicapai dari pemberdayaan adalah untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri. Kemandirian tersebut meliputi kemandirian berpikir, bertindak dan mengendalikan apa yang mereka lakukan tersebut. Lebih lanjut perlu ditelusuri apa yang sesungguhnya dimaknai sebagai suatu masyarakat yang mandiri. Kemandirian masyarakat adalah merupakan suatu kondisi yang dialami oleh masyarakat yang ditandai oleh kemampuan untuk memikirkan, memutuskan serta melakukan sesuatu yang dipandang tepat demi mencapai pemecahan masalah-masalah yang dihadapi dengan mempergunakan daya kemampuan yang terdiri atas kemampuan kognitif, konatif, psikomotorik, afektif, dengan penerahan sumber daya yang dimiliki oleh lingkungan internal masyarakat tersebut. Dengan demikian untuk menjadi mandiri perlu dukungan kemampuan berupa sumber daya manusia yang utuh dengan kondisi kognitif, konatif, psikomotorik dan afektif, dan sumber daya lainnya yang bersifat fisik-material (Sulistiyani,2004:80).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus karena dianggap bisa menjelaskan suatu kejadian dengan merujuk pada kasus-kasus yang ada di lapangan secara spesifik. Penelitian ini mengambil desain penelitian kualitatif, dengan melakukan wawancara dengan narasumber atau informan terkait seperti Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, Kepala UPTD Tinjomoyo, Genpi Jateng, Kadin Kota Semarang, Bank BNI Cabang Karang Ayu Kota Semarang, dan Kelompok Sadar Wisata Kota Semarang yang ikut terlibat dalam kemitraan di Pasar Semarang Tinjomoyo.

Kemitraan Pemerintah dan Swasta dalam Program Pasar Semarang Tinjomoyo (Studi Kasus:Hutan Wisata Tinjomoyo Tinjomoyo Kota Semarang)

Pasar Semarang Tinjomoyo jika dilihat dari awal mula terbentuknya Pasar Semarang Tinjomoyo itu sendiri, dimana konsep yang dibuat untuk membuat program destinasi digital di Kota Semarang dengan program yang namanya Pasar Semarang Tinjomoyo, untuk konsepnya adalah suatu pasar tradisional yang instagramable di tempat alam terbuka dengan menggunakan sistem pembayaran secara non-tunai atau *cashless society* yang di dukung oleh *platform-platform* dari Bank BNI Kota Semarang, yang di dalam konsep Pasar Semarang Tinjomoyo ini mengandung empat (4) etnis, yaitu Arab, Cina, Jawa, dan Belanda.

Kemudian Pemerintah Kota Semarang khususnya Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kota Semarang, dimana mereka sebagai fasilitator membuat suatu konsep Pasar Digital dengan melakukan kolaborasi dengan menjalin kemitraan dengan Genpi Jateng dan Kadin Kota Semarang sebagai konseptornya, kemudian Bank BNI sebagai penyedia jasa pembayaran non-tunai dengan menyediakan *platform* pembayaran yang disediakan oleh Bank BNI Kota Semarang, kemudian keterlibatan kelompok sadar wisata sebagai pengisi lapak-lapak di Pasar Semarang Tinjomoyo dengan berjualan kuliner.

Dalam kerjasama ini, dalam membantu Pemerintah Kota Semarang dalam konsep Smart City, Bank BNI punya konsep melakukan pembayaran *cashless society* atau pembayaran tanpa uang dan bentuk Smart City pembayaran tanpa uang juga salah satunya lewat Pasar Semarang Tinjomoyo. Kerjasama Bank BNI dalam pasar Semarang Tinjomoyo di dalam pembelian makanan, minuman, dan wahana hiburan seperti air soft gun. Disitulah Bank BNI hadir untuk kerjasama dalam bentuk pembayarannya ketika mau sewa atau membeli lewat aplikasi yang dimiliki Bank BNI yaitu *Yap*, ada juga kartu pembayaran yaitu kartu *Tap-Cash*. *Platform-platform* pembayarannya adalah seperti itu. *Yap* itu adalah lewat aplikasi yang di download dengan HP berbasis *android* maupun *apple* dengan *scan* kode QR, kalau *Tap-Cash* itu memakai kartu. Kerjasama dulu Bank BNI dengan Pemkot Semarang namanya Semarang hebat kartunya yang sudah terbentuk yaitu kartu *TapCash* dengan logo Semarang hebat.



Gambar 1 Ikon Aplikasi Yap dari Bank BNI



Gambar 2 Contoh Kartu Tap-Cash Berlogo Semarang Hebat

Dalam berjalannya program Pasar Semarang tersebut juga memiliki faktor-faktor pendukung dan penghambat. Seperti halnya tidak semua masyarakat Kota Semarang maupun wisatawan luar daerah maupun mancanegara memiliki kartu Semarang Hebat, ATM BNI, dan aplikasi *Yap*. Kemudian dari segi penggunaan transaksi digital, tidak semua masyarakat yang berkunjung di Pasar Semarang Tinjomoyo itu mengerti cara penggunaannya atau bahkan tidak tahu.

Untuk faktor-faktor pendukungnya itu sendiri adalah faktor pendukungnya yaitu ada suatu sinergitas dari berbagai stakeholder, dimana hal tersebut menjadi suatu faktor penting dalam suatu kemitraan yang terjalin. Kemudian dari faktor pendukung lainnya, adanya pokdarwis yang diberikan kesempatan untuk berjualan disana dan dibina oleh Genpi Jateng, Kadin Kota Semarang dan Disbudpar Kota Semarang itu sendiri. Dalam keterlibatan POKDARWIS di program Pasar Semarang tersebut juga tentunya akan meningkatkan kesejahteraan Pokdarwis itu sendiri seperti berjualan, dan ada ciri khas dan keunikan dari masing-masing POKDARWIS di Kota Semarang yang bisa ditampilkan di Pasar Semarang Tinjomoyo yang menjadi faktor pendukung.

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian terdapat beberapa hasil temuan penulis dalam penelitian yang dilakukan yaitu sebagai berikut pada bentuk program kemitraan Pemerintah Kota Semarang dengan Swasta (BNI), proses kemitraan dalam revitalisasi Pasar Semarang Tinjomoyo dan kemitraan yang terjadi dalam terbentuknya Pasar Semarang Tinjomoyo ikut membantu dalam memberdayakan masyarakat.

Bentuk Program Kemitraan Pemerintah dan Swasta (BNI) Terkait Pasar Semarang Tinjomoyo

Bentuk Program Kemitraan antara Pemerintah dan Swasta (BNI) terkait Pasar Semarang Tinjomoyo ini, mengenai bentuk programnya itu sendiri adalah Pasar Semarang. Itu adalah hasil kolaborasi Pemerintah, Komunitas dan *stakeholder*. Awal mula terbentuknya Pasar Semarang Tinjomoyo ini, bermula dari ide terbentuknya Pasar Karetan, di Kota Kendal, Pasar rakyat yang dimana menjadi program antara Genpi Jateng dan Kementerian Kepariwisata, ternyata menjadi respon bagus dari kunjungan pariwisata, sehingga hal tersebut menumbuhkan ide Pemerintah Kota Semarang dan melakukan inovasi yang kemudian di Hutan Wisata Tinjomoyo dan diberi nama Pasar Semarang. Diberi nama pasar Semarang karena menjual makanan-makanan khas Semarang dengan meliputi beberapa etnis yang berkembang di Kota Semarang, yakni etnis Jawa, etnis China, etnis Belanda, dan etnis Arab.

Keseriusan Pemerintah Kota Semarang untuk menggarap kembali Tinjomoyo, dengan melakukan revitalisasi. Pemerintah Kota Semarang menjalin mitra atau kerjasama dengan pihak swasta dan Komunitas, yakni bermitra dengan Bank BNI Cabang Karang Ayu dan POKDARWIS (kelompok sadar wisata). Pada kemitraan tersebut merupakan upaya Pemerintah Kota Semarang untuk menghidupkan kembali Kawasan Hutan Tinjomoyo serta menjadikan Kawasan tersebut sebagai destinasi wisata baru bagi masyarakat Kota Semarang dan masyarakat luar Kota Semarang. Keunikan dalam transaksi dari Pasar Semarang Tinjomoyo tersebut dimana transaksinya tidak menggunakan uang tunai, melainkan dengan digital. Transaksi non tunai atau digital tersebut sebagai wujud langkah Pemerintah Kota Semarang dalam menghidupkan kembali Hutan Wisata Tinjomoyo, meski pembayarannya modern, suasana akan dibuat tradisional dan mayoritas adalah pedagang kuliner. Makanan yang disajikan tidak hanya khas Semarang, namun juga ada Arab, Cina, India, seperti halnya kebhinnekaan yang digambarkan maskot kota Semarang, Warak Ngendhog.

Tabel 1 Jumlah Wisatawan di Objek Wisata Hutan Tinjomoyo Tahun 2017

Tahun	Jumlah	Pertumbuhan
2013	3.522	-
2014	4.025	14,28%
2015	5.949	47,8%
2016	8.738	46,9%
2017	9.463	8,3%

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, 2018.

Tabel di atas menunjukkan jumlah pengunjung objek wisata Hutan Tinjomoyo selama 5 tahun terakhir. Mulai pada tahun 2013 objek wisata Hutan Tinjomoyo mulai dibuka. Berdasarkan tabel 1 tentang Jumlah Pengunjung Objek Wisata Hutan Tinjomoyo, setiap tahun mengalami peningkatan, terutama semenjak di banggunya Pasar Semarang, yakni sebuah pasar yang sistem pembayarannya secara digital atau *cashless* dengan menggunakan Kartu *Tap-cash* dan *scan barcode* melalui aplikasi *Yap* yang bekerjasama dengan Bank BNI Cabang Karang Ayu Kota Semarang.

Proses Kemitraan dalam Revitalisasi Pasar Semarang Tinjomoyo

Pada awalnya dalam proses kemitraan ini, akhir-akhir ini banyak pasar-pasar dadakan yang diadakan oleh orang-orang tradisional/masyarakat sekitar, semisalnya, ada Pasar Karetan yang diadakan pada Sabtu/Minggu pagi, di Kabupaten Kendal. Sehingga berangkat dari hal tersebut bagaimana Tinjomoyo yang sepi ini diisi dengan hal yang seperti itu atau pasar-pasar seperti itu. Kemudian DISBUDPAR Kota Semarang, UPTD Tinjomoyo menjalin kerjasama atau bekerjasama dengan Genpi Jateng, dimana pada waktu itu survei lapangan. Kemudian mengadakan rapat-rapat dengan pihak terkait seperti Genpi, Kadin Kota Semarang, Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Semarang. Terbentuklah Pasar Semarang Tinjomoyo. Setelah itu, Dinas Pariwisata Kota Semarang berperan sebagai fasilitator memfasilitasi lahan atau membuatkan lahan di lahan yang sudah disediakan di Kawasan Hutan Wisata Tinjomoyo untuk dijadikan sebagai destinasi wisata baru yang berupa Pasar berkonsep pasar digital, yakni adalah Pasar Semarang Tinjomoyo.



Gambar 3 Acara Sosialisasi Terhadap Pokdarwis dalam Grand opening Pasar Semarangan Tinjomoyo

Kemudian dari sponsor yaitu Bank BNI Cabang Karang Ayu Kota Semarang membuatkan lapak-lapak untuk berjualan, membuatkan lampu-lampu sebagai penerangan sekaligus hiasan di Pasar Semarangan Tinjomoyo, menyediakan *platform* pembayaran digital, dan promosi destinasi wisata baru Kota Semarang yakni Pasar Semarangan Tinjomoyo. Kemudian sosialisasi tersebut juga membahas tentang sharing pendapatan antara pengelola (Genpi) dengan pengisi lapak, dalam *sharing profit* ini Genpi Jateng selaku aktor yang memiliki konsep/konseptor untuk kegiatan-kegiatan yang ada di Pasar Semarangan Tinjomoyo atau sebagai *event organizer*nya, *sharing profit* yang dilakukan dengan pengisi lapak ini sebesar 20% (penjualan kotor) dengan pembayaran tunai

Untuk perjanjian kerjasama yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dengan POKDARWIS Kota Semarang yang terlibat dalam kerjasama di Pasar Semarangan Tinjomoyo pada dasarnya kerjasama bukan di MOU, tetapi tugas pokok dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yang dianggarkan oleh Pemerintah Kota Semarang untuk pelestarian kelompok sadar wisata. Hal ini sesuai dengan Peraturan Walikota Semarang No.80 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, Serta Tata Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.

Kemudian pada awal mula sosialisasi yang diberikan untuk POKDARWIS yang akan mengisi lapak, sosialisasi tersebut dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, Genpi Jateng, Kadin Kota Semarang dan Bank BNI Cabang Karang Ayu. Proses kemitraan dalam program kemitraan terkait revitalisasi Pasar Semarangan Tinjomoyo, dalam sosialisasi tersebut membahas tentang penentuan lokasi pengisi lapak untuk berjualan di Pasar Semarangan Tinjomoyo, kemudian membangun lapak-lapak untuk para POKDARWIS, untuk lapak-lapak yang disediakan di Pasar Semarangan Tinjomoyo itu merupakan bentuk *Corporate Social Responsibility* dari Bank BNI Kota Semarang khususnya Bank BNI Cabang Karang Ayu. Pembangunan lapak-lapak tadi disertai dengan *setting-setting* lampu dekorasi untuk menghiasi Pasar Semarangan Tinjomoyo, dan pembuatan tempat-tempat selfie atau tempat untuk berfoto.



Gambar 4 Spot Selfie di Pasar Semarangan Tinjomoyo

Pemberdayaan Masyarakat Di Pasar Semarangan Tinjomoyo

Pariwisata itu perlu adanya peran masyarakat dalam hal ini pemberdayaan masyarakat melalui pokdarwis diharapkan bisa lebih berkembang. Salah satunya dengan adanya Pasar Semarangan Tinjomoyo melibatkan POKDARWIS sekaligus pemberdayaan berjalan disana, khususnya di wilayah sekitar Hutan Wisata Tinjomoyo di RW 08. Keterlibatan masyarakat di sekitar Hutan Wisata Tinjomoyo ini melalui POKDARWIS setempat, yaitu POKDARWIS Wolu Makmur. Keterlibatan

masyarakat sekitar bisa dilihat dari keamanan, parkir, dan beberapa masyarakat dilibatkan untuk menjadi pengisi lapak di Pasar Semarang Tinjomoyo. Tujuan adanya Pasar Semarang Tinjomoyo ini adalah memberdayakan SDM yang ada di Hutan Wisata Tinjomoyo, kemudian memberdayakan UMKM, baik UMKM produk kuliner, produk souvenir, dan pemberdayaan dari kelompok sadar wisata (POKDARWIS) kalau bisa diperdayakan akan meningkatkan dalam segi ekonomi mereka. Selain itu dengan adanya Pasar Semarang Tinjomoyo ini masyarakat mendapatkan tempat hiburan baru yang mengedukasi.

Kemitraan yang terjadi di Pasar Semarang Tinjomoyo memang benar menjadi suatu Pemberdayaan masyarakat, dari awalnya belum paham apa itu Pariwisata, kemudian mereka dalam hal ini masyarakat sekitar Hutan Wisata Tinjomoyo membentuk Kelompok Sadar Wisata. Kemudian dengan adanya Pasar Semarang Tinjomoyo ini melalui suatu proses pemberdayaan masyarakat, diharapkan POKDARWIS-POKDARWIS yang telah diberdayakan ikut serta dalam event-event atau acara yang diadakan di Pasar Semarang Tinjomoyo dengan berjualan disana.

Pemberdayaan masyarakat ini dilakukan sejak ide tersebut dicetuskan, sekitar bulan februari Pada Februari-Maret 2018 atau semenjak mulai *launching* Pasar Semarang Tinjomoyo. sudah melakukan sosialisasi di Tinjomoyo dalam bentuk pembinaan dengan Kepala UPTD Tinjomoyo dan pembinaan terhadap POKDARWIS-POKDARWIS yang akan mengisi lapak-lapak di Pasar Semarang Tinjomoyo. Kemitraan yang terjadi dalam Pasar Semarang Tinjomoyo menjadi suatu proses pemberdayaan masyarakat, menjadi suatu proses pemberdayaan masyarakat karena dengan adanya Pasar Semarang Tinjomoyo itu, diharapkan oleh Pak Wali Kota Semarang, masyarakat itu bisa ikut serta menjual produknya, mengadakan event-event atau mengadakan pameran supaya dikenal oleh masyarakat, supaya meningkatkan PAD Pemkot Semarang, juga pendapatan penjual atau pengisi lapak serta bagi UPTD Tinjomoyo itu sendiri, yang kedua untuk menjalin hubungan antar POKDARWIS di Kota Semarang yang ikut berjualan di Pasar Semarang Tinjomoyo.



Gambar 5x Sosialisasi Pembinaan Pokdarwis

Dalam proses pemberdayaan masyarakat ini yang terjadi di Pasar Semarang Tinjomoyo tentu memiliki faktor-faktor yang menjadi pendukung maupun penghambat. Untuk faktor pendukungnya sendiri, adanya dukungan dari berbagai aktor yang terlibat dalam kerjasama pada program kemitraan ini, mulai dari DISBUDPAR Kota Semarang, Genpi Jateng, Kadin Kota Semarang, POKDARWIS dan Bank BNI Cabang Karang Ayu Kota Semarang. Keterlibatan POKDARWIS dalam meramaikan acara-acara sekaligus mengisi-mengisi lapak dengan berjualan di Pasar Semarang Tinjomoyo serta adanya semangat dari Pokdarwis itu sendiri serta masyarakat sekitar Tinjomoyo untuk meramaikan Pasar Semarang Tinjomoyo dan membantu mengembangkan Pasar Semarang Tinjomoyo. Kemudian keterlibatan pihak swasta dalam hal ini Bank BNI Cabang Karang Ayu Kota Semarang menjadi dukungan untuk mengembangkan Pasar Semarang Tinjomoyo dengan menyediakan platform pembayaran secara digital serta pengedukasian terkait *platform* digital tersebut.

Sedangkan untuk faktor-faktor penghambat dalam proses pemberdayaan masyarakat di Pasar Semarang tinjomoyo ini adalah kurangnya SDM, dalam hal ini waktu mereka yang terbatas

sehingga mereka mengurus kesibukan mereka masing-masing dan keterlibatan generasi muda yang minim. Kemudian kurangnya konsistensi dari pokdarwis untuk berjualan serta inkonsistensi kehadiran pokdarwis dalam berpartisipasi meramaikan Pasar Semarang Tinjomoyo.

PENUTUP

Dalam menjalin kerjasama antara Pemerintah Kota Semarang dengan *stakeholder* terkait untuk membuat dan mengembangkan suatu destinasi wisata baru, dimana dalam hal ini adalah Pasar Semarang Tinjomoyo yang konsep dari terbentuknya Pasar Semarang Tinjomoyo ini adalah Pasar Digital, maka dalam mewujudkan destinasi pariwisata yang baru tersebut kerjasama yang dicanangkan oleh Pemerintah Kota Semarang adalah melalui penggunaan kolaborasi Model Pentahelix. Pendorong sistem kepariwisataan melalui optimasi peran *business, government, community, academic, and media* (BGCAM).

Dimana aktor-aktor yang terlibat dalam terbentuknya Pasar Semarang Tinjomoyo ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang selaku Pemerintah sebagai fasilitator atau penyedia lahan, kemudian Genpi Jateng sebagai komunitas dan media promosi pasar digital, Kadin Kota Semarang sebagai bisnis dan inisiator konsep pasar digital, Bank BNI Cabang Karang Ayu Kota Semarang, sebagai swasta di bidang bisnis yang menjadi penyedia jasa pembayaran digital, POKDARWIS Kota Semarang sebagai komunitas yang dibina oleh Disbudpar Kota Semarang untuk mengisi lapak-lapak di Pasar Semarang Tinjomoyo dan berjualan, kemudian untuk akademisi itu sendiri tugasnya tidak terlalu signifikan, hanya sebatas tugas ilmiah dari mata kuliah yakni selfie komen Pasar Semarang Tinjomoyo dengan cara meng-tag atau menambahkan di instagram dengan cara yang *instagramable*.

Keuntungannya dalam kemitraan di Pasar Semarang Tinjomoyo menciptakan destinasi wisata yang bisa banyak di kunjungi banyak orang dan bisa *sustainable* atau berkelanjutan sehingga kunjungan wisatawan diharapkan bertambah dengan adanya Pasar Semarang Tinjomoyo. kemudian keuntungan dari pendapatan pada tiket masuk Hutan wisata Tinjomoyo pada saat launching dan *Grand Opening* Pasar Semarang Tinjomoyo meningkat.

Kemudian kelebihan dengan adanya kemitraan yang terjadi di Pasar Semarang Tinjomoyo ini, dengan adanya media promosi dari Genpi Jateng yang memviralkan dengan postingan-postingan di Pasar Semarang Tinjomoyo dapat membantu mengangkat *branding* dari Pasar Semarang tersebut. Kemudian peningkatan kesejahteraan POKDARWIS dengan berjualan di Pasar Semarang dapat meningkatkan ekonomi mereka dan *branding image* dari Bank BNI Cabang Karang Ayu Kota Semarang sebagai pendukung transaksi digital di Pasar Semarang.

Sedangkan untuk kekurangannya sendiri dari kemitraan ini, yakni pada kurangnya pemahan terkait pembayaran non tunai atau *cashless society* ini. Kemudian tidak semua orang yang berkunjung di Pasar Semarang Tinjomoyo memiliki Kartu *Tap-Cash*, aplikasi *Yap* dan Rekening Bank BNI.

Dalam proses pemberdayaan masyarakat yang terjalin mitra dalam program Pasar Semarang yang terjadi di Pasar Semarang Tinjomoyo, adanya keterlibatan atau peran aktor swasta dalam hal ini Bank BNI Cabang Karang Ayu Kota Semarang menjadi suatu faktor pendukung dalam mendukung program kemitraan tersebut.

Untuk faktor pendukungnya karena sudah disediakan fasilitas dengan bekerjasama dengan Pemerintah Kota Semarang jadi lebih mudah, kemudian untuk faktor penghambatnya adalah perlu ditingkatkan lagi edukasi terkait penggunaan *platform* pembayaran digital, kemudian edukasi akses pemodal terhadap pengisi lapak di Pasar Semarang Tinjomoyo.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan terdapat beberapa saran yang penulis berikan terkait dengan Kemitraan Pemerintah dan Swasta dalam Program Pasar Semarang Tinjomoyo, dengan studi kasus Hutan Wisata Tinjomoyo Kota Semarang ini penggunaan *Cashless* dalam transaksi pembayaran di Pasar Semarang menggunakan kartu *Tap-cash* dan aplikasi *Yap* dari Bank BNI itu tidak mudah. karena penggunaan kartu *Tap-cash* itu menyulitkan pengunjung dan pembeli yang akan membeli jajanan di Pasar Semarang, terlebih wisatawan yang berkunjung ke Pasar Semarang belum tentu memiliki Kartu *Tap-Cash* dan rekening Bank BNI.

Mungkin kedepannya dalam hal transaksi pembayaran *Cashless* di Pasar Semarang Tinjomoyo pengelola bisa melakukan kemitraan atau bermitra dengan *Platform-platform* pembayaran digital yang mudah digunakan, lebih banyak terdengar oleh masyarakat pada umumnya seperti *GO-PAY*, *OVO*, dan *DANA*.

Ucapan Terima Kasih

Jurnal ini didedikasikan kepada Masyarakat, Swasta (Bank BNI Cabang Karang Ayu Kota Semarang) dan Pemerintah Kota Semarang (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang) yang telah mengembangkan, juga terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam pengerjaan jurnal penelitian ini.

Pendanaan

Penulis tidak menerima bantuan pembiayaan untuk penelitian, kepenulisan (*authorship*), dan publikasi dari pihak manapun.

Daftar Pustaka

Referensi Buku

- Anggara, Sahya. 2014. *Kebijakan Publik*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2015. *Komunikasi Pariwisata Pemasaran dan Brand Destinasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Creswell J.W. 2009. *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches, Third Edition*. Los Angeles: SAGE Publication.
- Maxwell, J.A. 1996. *Qualitative Research Design: An Interactive Approach*. London: SAGE Publications.
- Subarsono. 2015. *Analisis kebijakan publik: konsep, teori dan aplikasi*. Yogyakarta: pustaka pelajar
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarto, Hetifah Sj. (2009). *Inovasi, Partisipasi, dan Good Governance*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Sulistiyani, Teguh Ambar. 2004. *Kemitraan Dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media.

Referensi Jurnal:

- <http://digilib.unila.ac.id/3703/16/BAB%20II.pdf> (diakses pada 19 September 2018 pukul 19:00WIB)
- <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-kmpe0736a7a4efull.pdf> (diakses pada 19 September 2018 pukul 20:00WIB)
- Yuniningsih Tri: *Journal of Public Sector Innovation*. Universitas Diponegoro. Vol. 3, No.2, Mei 2019. Dalam [file:///C:/Users/USER/Downloads/4851-13969-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/4851-13969-1-PB%20(2).pdf) Diakses pada 21 Juli 2019 pukul 20:00 WIB.
- Ariwibowo, Wirapraja, dan Putra. Impelemntasi Kolaborasi Model Pentahelix Dalam Rangka Mengembangkan Potensi Pariwisata Di Jawa Timur Serta Meningkatkan Perekonomian Domestik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran. ISSN 2599-283x. Dalam [file:///C:/Users/USER/Downloads/21-Article%20Text-12-1-10-20180815%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/21-Article%20Text-12-1-10-20180815%20(1).pdf) Diakses pada 10 September 2019 pukul 08:30 WIB.

Ratu Anisa: Skripsi. 2018, Promosi Digital Destinasi Digital Banten Oleh Generasi Pesona Indonesia (Genpi) Banten Studi Pada Pasar Kampung Bekelir. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Referensi Peraturan Perundangan:

Pasal 88 UU No.19 Tahun 2003 Tentang BUMN

Surat Edaran Menteri Negara BUMN Nomor SE-21/MBU/2008

Peraturan Walikota Semarang No.80 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, Serta Tata Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.

Peraturan Daerah Kota Semarang No.5 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Semarang Tahun 2015-2025.

Daftar Informan

Giarsito Sapto Putratmo – Kepala Bidang Kelembagaan Kepariwisata Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Jumartono – Kasie Kerjasama Organisasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Bambang Hadi – UPTD Tinjomoyo

Shafiqh Pahlevi – Genpi Jateng

May Kristanti – Kadin Kota Semarang

Slamet Widodo – Ketua Pokdarwis Wolu Makmur Tinjomoyo

Sumarno – Ketua Pokdarwis Kedungpane Jamalsari

Bela Dina Dwi Nugroho – Asisten Penjualan BNI Cabang Karang Ayu Kota Semarang

Tentang Penulis

Fathur Reynaldi Pratama adalah Mahasiswa Departemen Politik dan Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro.