

ARTIKEL

MONITORING PROGRAM KEPARIWISATAAN KOTA SEMARANG “AYO WISATA KE SEMARANG” TAHUN 2012

Oleh :

Andreas Adi Setyawan, Endang Larasati Setianingsih, Fathurrohman

**Jurusan Administrasi Publik
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Jl. Profesor Haji Sudarto, Sarjana.Hukum Tembalang Semarang Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

Laman : <http://www.fisip.undip.ac.id> email fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Ayo Wisata ke Semarang is a government program that aims to increase tourist visits to Semarang. Through this program, the government relied on three potential Semarang city tourism, religious tourism, cultural and culinary. Program which began in 2011 it contains strategic activities the government and the city of Semarang tourist events . This program has a primary target increased by 1,834,886 tourists visiting in 2012. This research aims to know the implementation of the program in 2012 and how its achievement. This research was analyzed with a model monitoring Peter Rossi and using qualitative research type.

This research uses descriptive qualitative research type. The research results obtained by conducting interviews to the actors involved in the programme, namely the Government of the city of Semarang, businessmen, tourists and tourist community. Researchers also spread a questionnaire to determine the level of satisfaction of tourists to tour the city of Semarang.

From the results of the analysis, it can be concluded that the government reach all target the program in 2012 that have been determined. Tourists felt quite satisfied with the Semarang city tourism. The program also fosters enthusiasm some tourism businesses like T-shirt souvenirs. Promotion programs in a variety of media is a major factor in the success of this programs. Through Balanced Scorecard measurement tool, the program is achieving success of 83,69%.

Key Words : Ayo Wisata ke Semarang, Tourism, Monitoring

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Aspek kepariwisataan seharusnya bisa menjadi alternatif dalam pembangunan suatu daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kota Semarang mempunyai PDRB terbesar di propinsi Jawa Tengah. Aspek Pariwisata (perdagangan, hotel dan restaurant) menjadi penyumbang paling besar terhadap PDRB Kota Semarang. Hal ini menuntut pemerintah melakukan suatu kebijakan dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata di daerahnya.

Pemerintah mempunyai alternatif dengan mengadakan event wisata dalam rangka meningkatkan kembali kunjungan wisata di kota Semarang. Pada dasarnya, kegiatan event dapat dikatakan kegiatan pariwisata karena para pengunjung event melakukan suatu perjalanan yang meninggalkan tempat asal mereka dengan menghabiskan uang dan waktu serta dilaksanakan dengan bersenang-senang. Pada tahun 2011, pemerintah kota Semarang meluncurkan program kepariwisataan “Ayo Wisata ke Semarang”. Program tersebut terdiri dari kegiatan-kegiatan strategis pemerintah dan event-event wisata kota Semarang. Program ini mempunyai tujuan meningkatkan kunjungan wisata kota Semarang, melalui program ini pemerintah kota Semarang mengandalkan tiga potensi wisata kota Semarang, yaitu wisata religi, budaya dan kuliner.

Keberhasilan sebuah program dapat dilihat dari apa yang direncanakan

dengan apa yang dilakukan, apakah hasil yang diperoleh berkesesuaian dengan hasil perencanaan yang dilakukan. Untuk dapat memperoleh implementasi rencana yang sesuai dengan apa yang direncanakan manajemen harus menyiapkan sebuah kegiatan yaitu monitoring, monitoring ditujukan untuk memperoleh fakta, data dan informasi tentang pelaksanaan program, apakah proses pelaksanaan kegiatan dilakukan sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Selanjutnya temuan-temuan hasil monitoring adalah informasi untuk proses evaluasi sehingga hasilnya apakah program yang ditetapkan dan dilaksanakan memperoleh hasil yang berkesesuaian atau tidak.

B. TUJUAN

Tujuan penelitian dimaksudkan untuk memberikan arah yang tepat dalam proses dan pelaksanaan penelitian yang dilaksanakan agar penelitian tersebut berjalan sesuai dengan apa yang hendak dicapai. penelitian ini dimaksudkan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui bagaimana program kepariwisataan kota Semarang “Ayo Wisata ke Semarang” dilaksanakan.
2. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian program kepariwisataan kota Semarang “Ayo Wisata ke Semarang”.
3. Mengetahui berapa capaian keberhasilan program kepariwisataan kota Semarang “Ayo Wisata ke Semarang”.

C. TEORI

Teori yang digunakan adalah:

1. Evaluasi Kebijakan

Evaluasi merupakan penilaian pencapaian kinerja dari implementasi. Evaluasi biasanya ditujukan untuk menilai sejauh mana keefektifan kebijakan publik guna dipertanggungjawabkan kepada konstituennya. Sejauh mana tujuan dicapai. Evaluasi diperlukan untuk melihat kesenjangan antara "harapan" dan "kenyataan" (Riant Nugroho, 2011:301)

2. Evaluasi Program

Evaluasi diartikan sebagai seperangkat prosedur untuk menaksir manfaat program dan mengumpulkan informasi dari tujuan, harapan, kegiatan, outcome, dampak dan biaya dari program tersebut (Kosecoff & Fink, 1982:20). Evaluasi digunakan dalam mengukur tingkat keberhasilan suatu program dan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan (kegagalan) program tersebut. Evaluasi juga membuktikan mengapa suatu program berhasil di suatu tempat tetapi mengalami kegagalan di tempat lain.

3. Monitoring

Peter Rossi dalam bukunya *Evaluation : A Systemic Approach* (1985), mendefinisikan konsep Monitoring sebagai berikut :

"Assesment of whether or not an intervention is (1) operating in conformity to it's design, and (2) reaching it's specified target population" (Rossi: 1985:14)

Pemantauan sebuah program didasarkan atas dua *key questions*, yaitu : (1) Apakah program sedang mencapai (*reaching*) tujuannya ?, (2) Apakah pemberian pelayanan konsisten dengan spesifikasi program ?

Keberhasilan sebuah program dapat dilihat dari apa yang direncanakan dengan apa yang dilakukan, apakah hasil yang diperoleh berkesesuaian dengan hasil perencanaan yang dilakukan. Untuk dapat memperoleh implementasi rencana yang sesuai dengan apa yang direncanakan manajemen harus menyiapkan sebuah program yaitu monitoring, monitoring ditujukan untuk memperoleh fakta, data dan informasi tentang pelaksanaan program, apakah proses pelaksanaan kegiatan dilakukan sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Selanjutnya temuantemuan hasil monitoring adalah informasi untuk proses evaluasi sehingga hasilnya apakah program yang ditetapkan dan dilaksanakan memperoleh hasil yang berkesesuaian atau tidak.

D. METODE

1. Desain Penelitian menggunakan tipe Penelitian Deskriptif.
2. Lokasi Penelitian adalah kota Semarang
3. Subjek Penelitian adalah Pemerintah kota Semarang, Pelaku usaha wisata, masyarakat (komunitas) dan wisatawan
4. Jenis data adalah Data Primer dan Data Sekunder
5. Teknik pengumpul data adalah dengan wawancara, kuesioner, observasi, dokumentasi dan studi pustaka
6. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan tehnik analisis data domain dan analisis

data taksonomi, serta pengukuran kinerja menggunakan alat Balanced-Scorecard untuk menilai capaian keberhasilan program.

PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Program Operating : “Ayo Wisata ke Semarang” 2012.

Program kepariwisataan kota Semarang “Ayo Wisata ke Semarang” terdiri dari program strategis pemerintah dan event-event program “Ayo Wisata ke Semarang” yang bekerja sama dengan para penggiat wisata.

Program-program strategis pemerintah tercantum dalam rencana lima tahun Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Semarang sebagai berikut :

- a. Program Pengembangan Nilai Budaya
Program pengembangan ini dimaksudkan untuk melestarikan dan mengembangkan potensi nilai-nilai budaya yang ada di Kota Semarang.
- b. Program Pengelolaan Kekayaan Budaya
Program pengelolaan ini dimaksudkan untuk mengelola aset-aset dan mengembangkan aset-aset kekayaan budaya yang ada di Kota Semarang agar tidak hilang atau punah.
- c. Program Pengelolaan Keragaman Budaya
Program pengelolaan ini dimaksudkan untuk mengelola dan menumbuh kembangkan kegiatan-kegiatan ragam/ macam budaya pada umumnya dan khususnya ragam budaya di kota Semarang dengan dukungan dan partisipasi dari

masyarakat atau lembaga masyarakat.

- d. Program Pengembangan Kerja Sama Pengelolaan Kekayaan Budaya
Program ini berupa pembinaan yang meliputi bimbingan, pengawasan dan pengendalian terhadap kegiatan budaya. Program ini menempatkan pemerintah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang sebagai fasilitator yang memberikan kesempatan kepada pihak lembaga swadaya masyarakat dan kelompok masyarakat lainya serta para pelaku wisata untuk melakukan kegiatan dan pengembangan dalam bidang kebudayaan.
- e. Program Pengembangan Pemasaran Pariwisata
Program peningkatan ini dimaksudkan untuk mempromosikan dan memasarkan pariwisata di Kota Semarang guna menggali sumber pendapatan dan kunjungan wisatawan.
- f. Program Pengembangan Destinasi Pariwisata
Program Destinasi ini dimaksudkan untuk mengembangkan dan membangun obyek-obyek wisata milik Pemerintah Kota Semarang yang sudah ada maupun menggali obyek wisata baru dengan pengkajian dan perencanaan yang terpadu. Serta peningkatan event-event pariwisata sebagai penunjang daya tarik obyek wisata.
- g. Program Pengembangan Kemitraan
Program ini berupa pembinaan yang meliputi bimbingan, pengawasan dan pengendalian terhadap usaha pariwisata. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang sebagai fasilitator yang memberikan kesempatan pada pihak swasta dan masyarakat untuk berusaha dan berkembang dalam bidang

kepariwisataan sesuai dengan peraturan yang berlaku, masyarakat dan kelompok masyarakat lainnya serta pelaku wisata untuk melakukan kegiatan dan pengembangan dalam bidang kebudayaan.

Selain program strategis tersebut, pemerintah dan penggiat wisata juga menyelenggarakan program “Ayo Wisata ke Semarang”. Dalam hal ini, pemerintah menargetkan 50 event-festival seni dan budaya akan terlaksana yang dirangkum dalam buku “Calendar of Event 2012”. Kegiatan event dapat dikatakan kegiatan pariwisata karena para pengunjung event melakukan suatu perjalanan yang meninggalkan tempat asal mereka dengan menghabiskan uang dan waktu serta dilaksanakan dengan bersenang-senang.

Pemerintah berhasil merealisasikan event-event sebanyak 50 kegiatan, walaupun ada event yang tertunda (pandanaran art fest). Pencapaian event-event terlaksana pada program ini adalah 100 %. Pemerintah kota Semarang sangat yakin program ini dapat mendukung program kepariwisataan provinsi “Visit Jateng 2013”. Tahun 2013 pemerintah kota Semarang, menargetkan wisatawan yang berkunjung ke Semarang sebanyak 1.944.970 orang dan dengan melihat realisasi di tahun lalu dipastikan target tersebut dapat terlampaui.

Kunjungan Wisata

Kunjungan wisata pada tahun 2012 mengalami kenaikan. Jumlah kunjungan wisata yang ditargetkan yaitu 1.834.886, mampu terealisasikan sebesar **2.712.442**. Kunjungan wisata ini meningkat sebesar 29% dari tahun lalu yang hanya sebesar 2.100.926.

Kunjungan wisata paling banyak terjadi pada bulan juni sebanyak 316.870. Hal ini dipengaruhi oleh

liburan sekolah tengah tahun yang membuat objek wisata dan event-event ramai dikunjungi wisatawan. Kunjungan terbanyak berikutnya terjadi pada bulan agustus sebanyak 298.101. Pada bulan ini umat muslim merayakan hari raya Idul Fitri dan kota Semarang mengalami kunjungan wisata yang besar. Hal ini dikarenakan Semarang merupakan salah satu kota kunjungan mudik bagi keluarga yang merayakan lebaran.

Meningkatnya kunjungan wisata pada tahun 2012 ini sangat disambut meriah baik pemerintah kota Semarang, pelaku usaha, maupun warga Semarang. Implementasi program “Ayo Wisata ke Semarang” sangat berhasil, dan membuat kota Semarang menjadi kota wisata yang berdaya saing. Program ini berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisata melebihi apa yang ditargetkan.

Target Populations

Target Populations adalah “*Persons, households, organizations, communities, or other units at which interventions are directed*”. Dalam program “Ayo Wisata ke Semarang” target/sasaran program yang ditentukan adalah wisatawan dan pelaku usaha wisata.

1. Wisatawan

Kunjungan wisatawan di Kota Semarang memang meningkat sebanyak 29 %, tetapi apakah wisatawan merasa puas dengan tawaran pariwisata kota Semarang, dengan alasan tersebut peneliti melakukan sebuah survei melalui kuesioner untuk mengukur tingkat kepuasan wisatawan terhadap kota Semarang.

Melalui program ini pemerintah kota Semarang mengandalkan tiga potensi wisata kota Semarang, yaitu wisata **religi**, **budaya** dan **kuliner**. Peneliti melakukan survey untuk mengetahui tingkat kepuasan wisatawan di tiga objek wisata yaitu :

1. Masjid Agung Jawa Tengah (wisata religi)
2. Klenteng Gedung Batu / Sam Po Kong (wisata budaya)
3. Kuliner Kawasan Pecinan / Pasar Semawis (wisata kuliner)

Peneliti mengambil responden sebanyak 30 orang di tiga tempat wisata tersebut dan memberi pertanyaan melalui kuesioner. Selain melakukan survei, peneliti juga melakukan observasi tempat wisata dan wawancara mendalam terhadap salah satu responden.

Hasil survei tersebut adalah sebagai berikut :

- ▶ Tingkat pengetahuan wisatawan terhadap program (53,33 % cukup mengetahui)
- ▶ Tingkat kepuasan wisatawan terhadap penawaran objek wisata (46,66 % cukup puas)
- ▶ Tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas objek wisata (40,00% cukup puas)
- ▶ Tingkat kepuasan wisatawan terhadap pelayanan petugas objek wisata (33,33% sangat puas dan 33,33% cukup puas)
- ▶ Tingkat kepuasan wisatawan terhadap keamanan objek wisata (43,33% cukup puas)
- ▶ Tingkat kepuasan wisatawan terhadap transportasi kota Semarang 43,33% cukup puas)

2. Pelaku Usaha Wisata

Keberhasilan program ini juga bisa dinilai dari bagaimana pelaku usaha wisata berpartisipasi. Pada tahun 2011, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Semarang mencatat sebanyak 520 pelaku usaha wisata yang ada di Semarang. Pada tahun 2012, jumlah pelaku usaha wisata di kota Semarang naik menjadi 553 pelaku usaha wisata (termasuk hotel), atau mengalami kenaikan sebesar 5,97 %.

Pada tahun 2013, pelaku usaha wisata di kota Semarang bertambah sebanyak tiga pelaku usaha. Menurut data tersebut, rumah makan dan biro perjalanan masih menjadi usaha yang menjanjikan di kota Semarang. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan pada penelitian yang juga menjadi komponen dari model Peter Rossi, yaitu : apakah usaha wisata (*target populations*) dipengaruhi oleh program kepariwisataan ini ?. Peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pelaku usaha wisata di Semarang. Program ini tidak terlalu berpengaruh kepada kinerja usaha biro perjalanan wisata. Program ini berpengaruh terhadap usaha kecil seperti kaos oleh-oleh khas Semarang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pencapaian program

1. Promosi Program

Pada tahun 2012, pihak pemerintah gencar melakukan promosi program "Ayo wisata ke Semarang". Strategi promosi yang dilakukan bidang pemasaran sangat berbeda dengan apa yang dilakukan tahun-tahun sebelumnya, pada tahun ini pemerintah melakukan kerjasama dengan produk jamu nasional Kuku Bima yang

mengiklankan program ini di Televisi. Selain itu, pemerintah juga melakukan promosi di media cetak, bandara-bandara nasional dan internet. Promosi program ini dinilai sangat berpengaruh kepada masyarakat Indonesia yang seakan diajak untuk berwisata ke kota Semarang.

2. Event-event Ayo Wisata ke Semarang

Event merupakan bagian penting dari keseluruhan kegiatan program “Ayo Wisata ke Semarang”. Kegiatan event ini banyak melibatkan pelaku usaha, masyarakat serta melibatkan organisasi secara langsung dalam kegiatan yang diselenggarakan. Event program pada tahun 2012 ini menawarkan tiga aspek yaitu budaya, religi dan kuliner. Event pada tahun ini lebih menarik, contohnya pasar imlek, dan pandangan art festival, selain itu event-event ini dipromosikan dengan tegas oleh pemerintah melalui Media cetak, internet, iklan televisi, bandara, dan media lainnya.

3. Kota Semarang menuju kota MICE

Daya tarik kota Semarang bukan hanya dengan wisata budaya, kuliner dan religi. Sekarang kota Semarang adalah kota tujuan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*). Dari hasil wawancara peneliti dengan bapak karis selaku bidang industri pariwisata, dapat disimpulkan bahwa banyak kunjungan ke Semarang dengan tujuan MICE. Pertemuan besar, Seminar, Pameran, maupun rapat-rapat perusahaan nasional banyak digelar di kota Semarang. Event-event “Ayo Wisata ke Semarang” pun juga banyak yang berjenis MICE, seperti SemBiz (Seminar Business Forum), Mega Job Fair, Industri EXPO, UKM EXPO, dan event-event MICE lainnya. Beberapa usaha biro jasa (tour & travel)

menanggapi hal ini dengan menyediakan paket MICE yang menawarkan akomodasi pertemuan rapat. Kunjungan jenis ini secara langsung meningkatkan jumlah kunjungan wisata tahun 2012 karena kunjungan seperti ini meningkatkan wisatawan pada hari biasa (*Weekday*) maupun akhir pekan (*weekend*)

4. Kerjasama yang semakin baik antara pemerintah, swasta dan masyarakat.

Pelaksanaan Program ini tidak hanya dilakukan oleh pemerintah. Pihak Swasta juga semakin baik dalam bekerjasama dengan pemerintah berupa koordinasi event-event program, dimana pihak swasta sangat antusias berpartisipasi dalam event-event tersebut. Contohnya event pasar imlek semawis dimana para pelaku usaha kuliner dan sebagainya ikut menyukseskan acara tersebut. Pihak swasta juga turut membantu dalam kegiatan pariwisata di kota Semarang, Usaha biro perjalanan, hotel, restoran dan usaha wisata yang lainnya turut membantu pemerintah dalam melayani wisatawan.

PENUTUP

A. SIMPULAN

1. Kunjungan wisata kota Semarang pada tahun 2012 berjumlah **2.712.442** (berhasil 142% dari apa yang ditargetkan). Hal ini sangat dipengaruhi oleh event-event dari program, pemerintah berhasil menggunakan event wisata sebagai alternatif dalam meningkatkan kunjungan wisata.
2. Faktor utama keberhasilan program dalam meningkatkan kunjungan wisata di kota Semarang adalah faktor promosi program dan terjalinnya hubungan yang baik

pemerintah dengan pihak swasta dan masyarakat.

3. Tingkat kepuasan wisatawan pada wisata kota Semarang berada pada level “Cukup Puas”..
4. Capaian kinerja program ini melalui pengukuran dengan menggunakan teknik *Balanced Scorecard* adalah sebesar 83,69 %.
5. Program “Ayo Wisata ke Semarang” cukup membangkitkan usaha kecil dibidang wisata.

B. SARAN

1. Konsep “Wisatawan” dalam kebijakan dan kegiatan pariwisata harus jelas. Konsep wisatawan menurut pemerintah kota Semarang harus sama dengan berbagai pihak berskala nasional, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah, maupun pihak-pihak lainnya seperti; Hotel, Jasa Wisata, Komunitas dan organisasi lainnya.
2. Pemerintah harus menjaga keharmonisan hubungan antara berbagai pihak yang terkait dalam kebijakan kepariwisataan.
3. Pemerintah kota Semarang harus melakukan strategi demi mewujudkan Semarang menuju kota MICE (*Meeting, Intencive, Conference, Exhibition*) dalam visi mereka “Semarang kota wisata yang berdaya saing”.
4. Pada tahun 2013 ini, pemerintah harus melakukan promosi event-event program “Ayo Wisata ke Semarang” lebih luas dan lebih baik dari tahun sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Rossi, Peter and Freeman, Howard. 1985. *Evaluation : A Systematic Approach*. Beverly Hills : Sage Publications.
- Kosecoff, Jacqueline and Fink, Arlene 1982. *Evaluation Basics : a Practicioner’s Manual*. Beverly Hills : Sage Publications.
- Nugroho, Riant. 2012. *Public Policy: Dinamika Kebijakan, Analisis Kebijakan, Manajemen Kebijakan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.