

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA PADA
HUTAN WISATA TINJOMOYO KOTA SEMARANG**

Muhammad Rico Pramudya, Endang Larasati Setianingsih, Dyah Lituhayu

Program Studi Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. H. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang, Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan. Objek wisata di Kota Semarang yang menarik salah satunya yaitu Hutan Wisata Tinjomoyo. Hutan Wisata Tinjomoyo berada di bawah naungan dari instansi pemerintah yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Masalah yang sering dijumpai pada aspek pariwisata khususnya di Hutan Wisata Tinjomoyo adalah belum baiknya infrastruktur sarana prasarana, kurangnya publikasi dan promosi, kurangnya sumber daya manusia yang berkualitas, kurangnya investasi, kurangnya daya tarik wisata. Maka dari itu, diperlukan strategi untuk mengembangkan pariwisata di Hutan Wisata Tinjomoyo. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal menggunakan SWOT dan menganalisis isu-isu strategis dengan menyelaraskan strategi eksisting. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan sumber data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi di lapangan serta data sekunder. Pada penelitian ini peneliti menggunakan Analisis SWOT sebagai instrumen untuk menganalisis isu strategis. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata pada Hutan Wisata Tinjomoyo belum dapat dikatakan optimal dikarenakan belum terimplementasi regulasi yang berpedoman pada Rencana Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yaitu pengelolaan keanekaragaman hayati di Hutan wisata Tinjomoyo dan kebijakan mengenai pembangunan Jembatan Kaca. Sehingga dibutuhkan strategi untuk meningkatkan potensi wisata yang ada di Hutan Wisata Tinjomoyo. Strategi yang disarankan antara lain dengan meningkatkan kerja sama dengan berbagai stakeholders guna meningkatkan daya tarik wisata dan mengoptimalkan anggaran yang diberikan untuk mewujudkan sarana prasarana yang inovatif dan mempromosikan wisata Hutan Wisata Tinjomoyo.

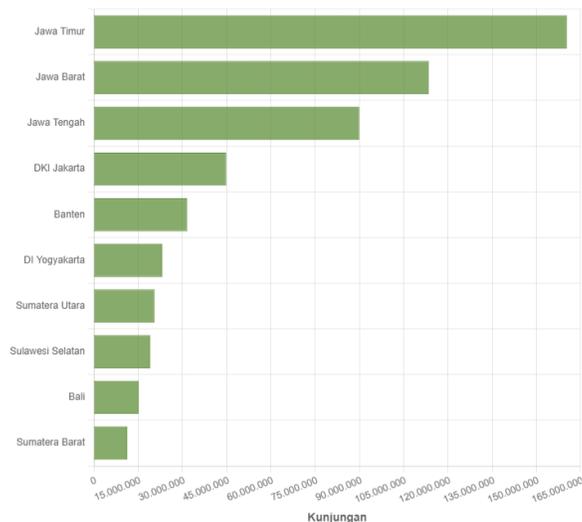
Kata kunci: Strategi, Pariwisata, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara hukum. Hukum harus dijadikan dasar dalam penyelesaian masalah-masalah yang berkenaan dengan perorangan maupun kelompok, baik masyarakat maupun negara, juga dalam berbagai aktifitas seperti tentang masalah pariwisata. Pariwisata merupakan sektor yang ikut berperan penting dalam usaha peningkatan pendapatan. Indonesia merupakan negara yang memiliki keindahan alam dan keanekaragaman budaya, sehingga perlu adanya peningkatan sektor pariwisata. Hal ini dikarenakan pariwisata merupakan sektor yang dianggap menguntungkan dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai salah satu aset yang di gunakan sebagai sumber yang menghasilkan bagi Bangsa dan Negara. Berikut gambar grafik 10 provinsi dengan data tujuan wisata nusantara dari Januari 2023 hingga Desember 2023:

Gambar 1. 10 Provinsi Tujuan Wisata Nusantara



Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Berdasarkan pada gambar di atas, pada urutan ketiga terdapat Provinsi Jawa Tengah dengan total 89.926.347 kunjungan wisatawan domestik pada 2023. Sudah seharusnya provinsi

Jawa Tengah dapat meningkatkan kunjungan wisata dikarenakan memiliki potensi alam, potensi budaya, buatan, wisata peminatan khusus, potensi bahari, potensi sejarah, dan lain lain. Kota Semarang adalah ibu kota provinsi Jawa Tengah, secara geografis dan sosiologis memiliki daya tarik pariwisata dengan karakter dan keunikan tersendiri dibandingkan kota lain di Indonesia. Beragam objek wisata yang dimiliki oleh Kota Semarang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Berikut ialah 3 objek wisata di Kota Semarang dengan data kunjungan wisata di tahun 2023.

Tabel 2. Kunjungan Wisata Pada 3 Objek Wisata di Kota Semarang

Bulan & Tahun	Makam Mbah Depok	Kota Lama	Hutan Wisata Tinjomoyo
Januari 2023	-	114.198 Orang	1.120 Orang
Februari 2023	-	224.753 Orang	609 Orang
Maret 2023	-	265.596 Orang	494 Orang
April 2023	-	617.639 Orang	390 Orang
Mei 2023	547 Orang	957.167 Orang	698 Orang
Juni 2023	540 Orang	1.039.856 Orang	827 Orang
Juli 2023	1.366 Orang	1.214.561 Orang	1.050 Orang
Agustus 2023	1.184 Orang	1.302.025 Orang	478 Orang
September 2023	1.181 Orang	1.282.212 Orang	900 Orang
Oktober 2023	2.614 Orang	1.229.668 Orang	1.031 Orang

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa kunjungan wisata tertinggi ada di Kota Lama Semarang. Kota Lama Semarang juga sudah ditetapkan sebagai Kawasan Cagar Budaya Nasional. Kota Lama juga memiliki beberapa spot foto bangunan Belanda, restoran, taman, dan lainnya. Selanjutnya terdapat Makam Mbah Depok. Tidak heran jika memang makam Mbah Depok yang terletak Jalan Depok, Kota Semarang ini tak sepi pengunjung yang berziarah setiap harinya. Kemudian untuk objek wisata dengan kunjungan rendah ada di Hutan Wisata Tinjomoyo. Hutan

Wisata Tinjomoyo. Populasi pohon jati serta pinus, menjadi tumbuhan yang paling banyak ditemukan di hutan ini. Selain itu, juga terdapat kegiatan seru seperti outbond, jogging, permainan airsoft gun bahkan berkemah. Hanya saja dengan luas Hutan Wisata Tinjomoyo yang berhektar hektar dan memiliki potensi wisata tersendiri, objek wisata tersebut masih minim peminat dan pengunjung.

Pada RPJMD Kota Semarang Tahun 2021-2026 memiliki visi pembangunan Kota Semarang Tahun 2021-2026, berdasarkan visi Walikota dan Wakil Walikota Semarang terpilih adalah: *“Terwujudnya Kota Semarang Yang Semakin Hebat Berlandaskan Pancasila Dalam Bingkai Nkri Yang Ber-Bhineka Tunggal Ika”*. Untuk mewujudkan visi tersebut, pada misi keempat mengatakan *“Mewujudkan Infrastruktur Berkualitas yang Berwawasan Lingkungan untuk Mendukung Kemajuan Kota”*. Didukung dengan program prioritas pada Rencana Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yaitu pengelolaan keanekaragaman hayati di Hutan Wisata Tinjomoyo Kota Semarang. Berikut adalah strategi yang menjadikan pedoman Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang:

Tabel 3. Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Landasan	Strategi
<p>Rencana Strategi DISBUDPAR Mendukung Misi Kedua Kota Semarang</p>	<p>Program Prioritas dengan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Program pemberdayaan ekonomi lokal yang terdiri dari dukungan kegiatan pemberdayaan (non fisik) pada rumpun ekonomi dan agenda event tahunan lokal - Program pemasaran produk yang terdiri dari promosi pariwisata, kerjasama promosi wisata, gelaran seni, amphibi bus (paket bus) - Program kemitraan usaha yang terdiri dari Semarang creative makerspace, fasilitas startup lokal sektor musik, seni, pertunjukan film - Peningkatan daya saing daerah dengan pengembangan sportourism, fasilitasi HAKI
<p>Rencana Strategi DISBUDPAR</p>	<p>Program prioritas dengan:</p>

Mendukung Misi Keempat Kota Semarang	<ul style="list-style-type: none"> - Program pengelolaan keanekaragaman hayati di Hutan Wisata Tinjomoyo - Program pengembangan sarana dan prasarana perkotaan - Program peningkatan konektivitas wilayah
Strategi pada Rencana Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang	<ul style="list-style-type: none"> - Memelihara warisan budaya dan memfasilitasi kesenian lokal - Peningkatan kapasitas kelembagaan - Peningkatan promosi pariwisata, atraksi wisata, produk dan jasa kepariwisataan

Sumber: Rencana Strategi DISBUDPAR 2023

Dapat dilihat dari tabel di atas, bahwa strategi eksisting dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang yaitu berlandaskan pada Rencana Strategi. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang diprioritaskan pada promosi pariwisata bersama (daerah hinterland), promosi Kota Semarang, open rooftop, double decker bus. Untuk mendukung misi kedua yaitu meningkatkan potensi ekonomi lokal yang berdaya saing dan stimulasi pembangunan industri, berlandaskan riset dan inovasi berdasar prinsip demokrasi ekonomi Pancasila. Sedangkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam mendukung misi keempat dengan program prioritas yaitu pengelolaan keanekaragaman hayati di Hutan Wisata Tinjomoyo. Disbudpar tidak terlibat secara langsung tetapi mendukung karena Kebun Raya Tinjomoyo terletak di asset UPTD Tinjomoyo yang merupakan naungan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang tetapi yang terlibat yaitu Dinas Lingkungan Hidup.

Strategi pengembangan pariwisata adalah upaya yang dilakukan untuk meningkatkan potensi pariwisata yang ada di suatu kawasan, cara yang dilakukan dapat berupa melakukan perbaikan terhadap infrastruktur yang ada baik itu secara fisik maupun nonfisik, sehingga semua itu bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada disekitar daerah tujuan wisata. A.Yoeti menyatakan bahwa dalam perencanaan strategis suatu daerah tujuan wisata

dilakukan analisis lingkungan dan analisis sumber daya, tujuan analisis ini tidak lain adalah untuk mengetahui kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) organisasi atau lembaga yang bertanggung jawab terhadap pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata tersebut. Perencanaan dalam pariwisata sangat dibutuhkan karena untuk mengetahui konsekuensi dari perkembangan yang dapat mempengaruhi aspek-aspek pariwisata. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk mengangkat pertanyaan penelitian **“Bagaimana Strategi Yang Dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam Mengembangkan Pariwisata Pada Hutan Wisata Tinjomoyo?”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Kondisi Lingkungan Internal dan Eksternal Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang?
2. Apakah Isu Isu Strategis Selaras dengan Strategi Eksisting Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Menganalisis Lingkungan Internal dan Eksternal dengan Teknik SWOT Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang.
2. Untuk Menganalisis Isu-Isu Strategis dan Menyelaraskan dengan Strategi Eksisting Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

D. Kerangka Teori

- **Administrasi Publik.** Menurut Siagian mendefinisikan administrasi publik sebagai keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh seluruh aparatur pemerintah dari suatu negara dalam usaha mencapai tujuan negara.

- Manajemen Publik. Menurut Nor Ghofur (2014) mengartikan bahwa manajemen publik adalah manajemen pemerintah untuk melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengontrolan terhadap pelayanan kepada masyarakat
- Manajemen Strategis. Menurut Viljoen dalam Heene (2010:76) manajemen strategis merupakan cara mengidentifikasi, memilih serta melaksanakan kegiatan yang bisa meningkatkan kinerja berkepanjangan organisasi, menentukan arah dan tujuan, keterikatan berkelanjutan atau penyesuaian antara keterampilan internal fasilitas dari organisasi serta perubahan lingkungan dimana organisasi beroperasi.
- Strategi Pengembangan Pariwisata. John M. Bryson mengatakan proses perencanaan strategis adalah dapat dipandang sebagai pola kebijakan umum, program, penilaian kondisi, identifikasi masalah strategis, pembangunan strategi, tindakan dan evaluasi. John M. Bryson mengemukakan tahapan perencanaan strategis yaitu:
 1. Memprakarsai Dan Menyepakati Proses Perencanaan Strategis
 2. Memperjelas Mandat Organisasi.
 3. Memperjelas Misi Dan Nilai-Nilai Organisasi.
 4. Menilai Lingkungan Eksternal.
 5. Menilai lingkungan internal.
 6. Mengidentifikasi isu strategis yang dihadapi organisasi.
 7. Merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu.
 8. Menciptakan Visi Organisasi Yang Efektif Untuk Masa Depan.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, dan UPTD Tinjomoyo sebagai situs penelitian utama. Penelitian ini

dilakukan untuk menguji kualitas data, menggunakan teknik triangulasi untuk mengetahui keabsahan atau validitas suatu data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Lingkungan Internal

a. Visi dan Misi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam melakukan pengembangan pariwisata sesuai dengan tupoksinya. Dalam menjalankan pengembangan pariwisata Hutan Wisata Tinjomoyo, Disbudpar berpedoman pada visi misi Kota Semarang dan Rencana Strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Disbudpar mendukung misi pertama dengan melaksanakan pelatihan, mendukung misi kedua dengan melakukan event event lokal, dan mendukung misi keempat dengan melakukan program pengelolaan keanekaragaman hayati.

b. Sumber Daya Manusia

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, secara kualitas SDM dikatakan cukup, tetapi dalam faktor lain dikatakan tidak cukup mengingat luas Hutan Wisata Tinjomoyo tersebut sangat luas. Pelatihan yang ada pada Hutan Wisata Tinjomoyo tersebut adalah standar dari UTPD yaitu pelatihan kesehatan keselamatan kerja, pelatihan kebersihan, dan lainnya. Disbudpar juga dalam sdm dibantu oleh para mahasiswa yang sedang bermagang

c. Sarana dan Prasarana

Berdasarkan pada hasil analisis, dapat diketahui bahwa sarana yang terdapat pada Hutan Wisata Tinjomoyo ini merupakan sarana dan prasarana yang masih standar atau sama seperti wisata hutan

lainnya seperti wastafel, mushola, kamar mandi, tempat charger, dan wifi, sarana dikatakan masih belum lengkap, masih ada sarana dan prasarana yang belum di buka seperti jembatan kaca yang mungkin kalau di *launching* dapat meningkatkan daya tarik pengunjung terhadap wisata hutan tersebut. Untuk spot yang digemari oleh pengunjung terdapat tempat tracking, tempat istirahat shelter, jembatan jalur tracking, spot air mata mantan seperti sungai kecil.

d. Anggaran

Berdasarkan pada hasil analisis terkait ketersediaan dana anggaran untuk pengembangan pariwisata Hutan Wisata Tinjomoyo, anggaran dikatakan efektif, efisien, optimal yang digunakan untuk pertemuan, rencana kerja, program anggaran untuk pembangunan. Anggaran hasilnya dapat dilihat dari bentuk fisik dan non fisik.

Analisis Lingkungan Eksternal

a. Faktor Sosial dan Budaya

Berdasarkan pada hasil analisis, bahwa keadaan sosial yang ada di dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang sangat mendukung, kondisi sosial meliputi tingkat pendidikan, ras, agama, gender, dll. Sedangkan dalam keadaan budaya, Hutan Wisata Tinjomoyo tidak memiliki budaya atau adat yang ditinggalkan.

b. Faktor Politik

Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa dalam Hutan Wisata Tinjomoyo memiliki payung hukum yang artinya berpedoman pada regulasi dan kebijakan yang ada. Kelayakan politik juga berpengaruh pada masyarakat sekitar.

c. Faktor Ekonomi

Berdasarkan hasil analisis penelitian, dapat diketahui bahwa kondisi masyarakat di kawasan wisata sangat dipengaruhi oleh adanya Hutan Wisata Tinjomoyo tersebut. Ekonomi dan wisata dikatakan saling berkaitan satu sama lain.

d. Faktor Teknologi

Berdasarkan hasil analisis penelitian, dapat diketahui bahwa teknologi yang ada di Hutan Wisata Tinjomoyo meliputi CCTV, free wifi, pembayaran QRIS dan free colokan charger, teknologi yang dimiliki belum unggul dibandingkan tempat wisata lainnya, selain itu dalam faktor teknologi dapat dimanfaatkan pada pemanfaatan sosial media.

e. Partisipasi Masyarakat

Berdasarkan hasil analisis penelitian, dapat diketahui bahwa masyarakat sekitar sangat pro aktif, tetapi antusias masyarakat seharusnya masih bisa ditingkatkan lagi..

f. Keterlibatan Stakeholders

Berdasarkan hasil analisis penelitian dapat diketahui bahwa Stakeholder yang terlibat kolaborasi dalam rangka memajukan Hutan Wisata Tinjomoyo ini, banyak yang terlibat seperti akademisi, pemerintah, GENPI, himpunan pramuwisata, dan juga pecinta alam, hanya saja untuk investor masih terbilang kurang.

Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dengan SWOT

Pada tabel di bawah ini akan menjelaskan mengenai SWOT pada lingkungan internal dan eksternal seperti berikut:

Tabel 4. SWOT Pada Lingkungan Internal dan Eksternal

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Lingkungan Internal	Kekuatan	Kelemahan
Visi dan Misi	<ul style="list-style-type: none"> - Mendukung Misi 1 Kota Semarang dengan melakukan pelatihan, pemberdayaan, pembekalan pada pihak yang terkait - Mendukung Misi 2 Kota Semarang dengan melakukan promosi objek wisata, membuat event event lokal, dll 	<ul style="list-style-type: none"> - Belum terimplementasi program prioritas Renstra Disbudpar dalam mendukung misi keempat yaitu pengelolaan keanekaragaman hayati
Sumber Daya Manusia	<ul style="list-style-type: none"> - Koordinasi antar pegawai yang baik - Kualitas SDM yang baik dengan dilakukan pelatihan SDM secara rutin - Mempunyai tambahan sumber daya manusia yaitu mahasiswa magang yang dapat membantu tupoksi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang 	<ul style="list-style-type: none"> - Kuantitas Sumber Daya Manusia yang belum mencukupi mengingat Hutan Wisata Tinjomoyo memiliki luas berhektar hektar
Sarana dan Prasarana	<ul style="list-style-type: none"> - Mempunyai lahan yang luas - Area yang selalu bersih dan sampah dikelola dengan baik - Memiliki keunikan potensi wisata seperti area track dan area yang asri 	<ul style="list-style-type: none"> - Belum adanya sarana dan prasarana yang baru atau inovatif - Akomodasi yang belum mendukung dari tengah kota ke Hutan Wisata Tinjomoyo - Rawan terjadi bencana alam karena kondisi tanah yang tidak stabil
Anggaran	<ul style="list-style-type: none"> - Anggaran optimal untuk mempromosikan Hutan Wisata Tinjomoyo 	<ul style="list-style-type: none"> - Kurangnya anggaran dalam pengadaan sarana prasarana baru - Anggaran untuk fasilitas Jembatan Kaca yang senilai 11 miliar
Lingkungan Eksternal	Peluang	Ancaman
Faktor Sosial dan Budaya	<ul style="list-style-type: none"> - Aspek sosial seperti perbedaan ras, tingkat pendidikan, usia, gender tidak mempengaruhi Disbudpar dalam mengembangkan Tinjomoyo 	<ul style="list-style-type: none"> - Aspek Budaya dari Hutan Wisata Tinjomoyo tidak meninggalkan adat atau budaya yang mana jika terdapat peninggalan akan dijadikan untuk potensi wisata

	- Hubungan sosial yang baik antara Disbudpar, UPTD Tinjomoyo, dan Masyarakat sekitar	
Faktor Ekonomi	- Menambahkan lapangan pekerjaan baru	- Kondisi ekonomi masyarakat yang dipengaruhi dari kunjungan wisata di Hutan Wisata Tinjomoyo
Faktor Politik	- Memiliki dasar hukum yang kuat pada RPJMD dan Rencana Strategis Disbudpar - Kebijakan atau regulasi yang ada tidak mengikat/mengatur masyarakat Hutan Wisata Tinjomoyo	
Faktor Teknologi	- Peran teknologi untuk mempromosikan Hutan Wisata Tinjomoyo	- Belum adanya penambahan fasilitas berbasis teknologi yang inovatif
Partisipasi Masyarakat	- Masyarakat pro aktif dalam mendukung segala kegiatan yang ada di Hutan Wisata Tinjomoyo	
Keterlibatan Stakeholders	- Membuka kerjasama bagi semua sektor	

Sumber: Analisa Peneliti (2023)

Analisis SWOT adalah teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman untuk bisnis atau bahkan proyek tertentu. Dalam analisis SWOT terdapat matriks yang mencakup strategi SO (menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang), strategi ST (menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman), strategi WO (menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang), dan strategi WT (menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman). Matriks SWOT dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Matriks SWOT

<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	Strengths (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendukung misi pertama kota Semarang dengan melakukan pelatihan sumber daya manusia yang menjadikan kualitas SDM semakin baik 2. Mendukung misi kedua kota Semarang dengan melakukan promosi objek pariwisata. 3. Koordinasi antar pegawai yang baik dari pihak Disbudpar, Dinas yang terkait, UPTD. 4. Tersedianya lahan yang luas, akses jalan yang baik, area yang bersih dan sampah dikelola dengan baik, memiliki keunikan wisata seperti track hutan, memiliki fasilitas seperti kamar mandi, mushola, toilet, dll 5. Anggaran yang optimal untuk kegiatan fisik maupun non fisik. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembangunan kebun raya sebagai program prioritas pengelolaan keanekaragaman hayati belum selesai 2. Kuantitas SDM yang belum mencukupi 3. Belum adanya sarana dan prasarana yang baru 4. Akomodasi dari tengah kota ke Hutan Wisata Tinjomoyo yang belum memadai dengan baik 5. Rawan terjadinya bencana tanah seperti longsor 6. Kurangnya anggaran dalam pengembangan sarana dan prasarana baru
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi sosial yang baik dari Disbudpar, UPTD, dan Masyarakat 2. Hubungan sosial pengunjung wisata yang repeat order 3. Memiliki dasar hukum atau landasan yang kuat 4. Menambah lapangan pekerjaan baru 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kerja sama dengan berbagai aktor untuk lebih memanfaatkan lahan yang tersedia sangat luas (S4-O8) 2. Meningkatkan koordinasi dan kerja sama antar pegawai maupun lintas instansi dengan memanfaatkan teknologi yang bertujuan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kuantitas SDM dengan menambahkan pekerjaan baru saat dibutuhkan (W2-O4) 2. Mengoptimalkan salah satu program prioritas pengelolaan keanekaragaman hayati dalam Renstra agar dasar hukum yang digunakan dalam pengembangan

<ol style="list-style-type: none"> 5. Adanya pemanfaatan teknologi berupa promosi wisata pada sosial media 6. Adanya partisipasi masyarakat dalam yang berhubungan dengan perekonomian pada Hutan Wisata Tinjomoyo 7. Masyarakat ikut serta membersihkan area 8. Membuka kerja sama bagi semua sektor dan dimudahkan dalam perizinan kerja sama 	<p>mempromosikan wisata dengan media sosial (S2-O5)</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Meningkatkan dan mengembangkan potensi wisata jogging track mengingat wisatawan sering repeat order untuk jogging di wilayah tersebut (S4-O2) 	<p>pariwisata Hutan Wisata Tinjomoyo dapat berjalan dengan selaras (W1-O3)</p>
<p>Threats (T)</p>	<p>Strategi ST</p>	<p>Strategi WT</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak adanya peninggalan budaya atau tradisi yang terkait 2. Masyarakat yang mengeluh atas hiburan atau acara yang ada 3. Munculnya objek wisata baru yang mana dalam sosial budayanya lebih unggul 4. Ekonomi masyarakat berpengaruh pada kunjungan wisata 5. Kurangnya kegiatan atau potensi wisata yang berimbas kepada kunjungan wisata 6. Tidak adanya penambahan bentuk teknologi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki anggaran yang optimal untuk mempromosikan wisata Hutan Wisata Tinjomoyo guna mengatasi kunjungan wisata tersebut menurun (S5-T5) 2. Meningkatkan koordinasi karyawan untuk membuat paket wisata yang memasukan Hutan Wisata Tinjomoyo sebagai destinasi (S2-T3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengoptimalkan anggaran dalam membangun sarana dan prasarana di Hutan Wisata Tinjomoyo (W6-T5)

Sumber: Analisis Peneliti (2023)

Berdasarkan matriks analisis SWOT pada tabel , dapat diketahui isu isu strategis dalam pengembangan pariwisata di Hutan Wisata Tinjomoyo pada setiap permasalahan yang dihadapi meliputi:

1. Strategi SO

Strategi SO diperoleh dari strengths dan opportunities. Pengertian dari strategi SO ialah memanfaatkan kekuatan (strength) internal untuk mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Pada penelitian ini, pemanfaatan kekuatan untuk mendapatkan peluang menghasilkan isu strategis:

- a. Meningkatkan kerja sama dengan berbagai aktor untuk lebih memanfaatkan lahan yang tersedia sangat luas (S4-O8)
- b. Meningkatkan koordinasi dan kerja sama antar pegawai maupun lintas instansi dengan memanfaatkan teknologi yang bertujuan mempromosikan wisata (S2-O5)
- c. Meningkatkan dan mengembangkan potensi wisata jogging track mengingat wisatawan sering repeat order untuk jogging di wilayah tersebut (S4-O2)

2. Strategi ST

Strategi ST diperoleh dari strengths dan threats. Pengertian dari strategi ST ialah menggunakan kekuatan organisasi untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Pada penelitian ini, pemanfaatan kekuatan untuk mengurangi ancaman menghasilkan isu strategis:

- a. Memiliki anggaran yang optimal untuk mempromosikan wisata Hutan Wisata Tinjomoyo guna mengatasi kunjungan wisata tersebut menurun (S5-T5)
- b. Meningkatkan koordinasi karyawan untuk membuat paket wisata yang memasukan Hutan Wisata Tinjomoyo sebagai destinasi (S2-T3)

3. Strategi WO

Strategi WO diperoleh dari weakness dan opportunities. Pengertian dari strategi WO adalah memperbaiki kelemahan internal dengan cara mengambil keuntungan dari peluang eksternal. Adapun strategi WO yang dapat dilakukan:

- a. Meningkatkan kuantitas SDM dengan menambahkan pekerjaan baru saat dibutuhkan (W2-O4)
- b. Mengoptimalkan salah satu program prioritas pengelolaan keanekaragaman hayati dalam Renstra agar dasar hukum yang digunakan dalam pengembangan pariwisata Hutan Wisata Tinjomoyo dapat berjalan dengan selaras (W1-O3)

4. Strategi WT

Strategi WT diperoleh dari weakness dan threats. Pengertian dari strategi WT adalah mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Adapun strategi WT yang dapat dilakukan:

- a. Mengoptimalkan anggaran dalam membangun sarana dan prasarana di Hutan Wisata Tinjomoyo (W6-T5)

Analisa Isu Isu Strategis dengan Menyelaraskan Strategi Eksisting

Tahap selanjutnya setelah melakukan analisis lingkungan internal eksternal melalui swot dan perumusan isu-isu strategis adalah menyelaraskan isu isu strategis dengan strategi yang sudah ada, dimana pada tahap ini dilakukan pengukuran akan tingkat kestrategisan isu dalam mencapai keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuannya. Sesudah mengidentifikasi isu isu strategis maka dapat diketahui yang menjadi isu isu strategis dan strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam mengembangkan pariwisata di Hutan Wisata Tinjomoyo adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Penyelarasan Isu Strategis dengan Strategi Eksisting

Isu Isu Strategis	Strategi Eksisting Disbudpar
Meningkatkan kerja sama dengan berbagai aktor untuk memanfaatkan lahan yang tersedia sangat luas (S4-O8)	-

Meningkatkan koordinasi dan kerja sama antar pegawai maupun lintas instansi dengan memanfaatkan teknologi yang bertujuan mempromosikan wisata (S2-O5)	Hal ini selaras dengan strategi pada Renstra Disbudpar mengenai peningkatan promosi pariwisata, atraksi wisata, produk dan jasa kepariwisataan. Bentuk programnya dengan pembuatan konten pada instagram, tiktok, youtube, dll.
Meningkatkan dan mengembangkan potensi wisata khususnya jogging track mengingat wisatawan sering repat order di Hutan Wisata Tinjomoyo (S2-O2)	-
Memiliki anggaran yang optimal untuk mempromosikan wisata Hutan Wisata Tinjomoyo guna mengatasi kunjungan wisata tersebut menurun (S9-T5)	Hal ini selaras dengan sasaran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang periode 2021 – 2026 yaitu: <ul style="list-style-type: none"> - Meningkatnya kunjungan wisatawan nusantara - Meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara
Meningkatkan koordinasi karyawan untuk membuat paket wisata yang memasukan Hutan Wisata Tinjomoyo sebagai destinasi (S2-T3)	-
Meningkatkan kuantitas SDM dengan menambahkan pekerjaan baru saat dibutuhkan (W2-O4)	-
Mengoptimalkan salah satu program prioritas pengelolaan keanekaragaman hayati dalam Renstra agar dasar hukum yang digunakan dalam pengembangan pariwisata Hutan Wisata Tinjomoyo dapat berjalan dengan selaras (W1-O3)	Mendukung misi keempat Kota Semarang dengan program prioritas pengelolaan keanekaragaman hayati dan difokuskan pada: <ul style="list-style-type: none"> - Pembangunan taman tematik - Penghijauan sempadan sungai Semarang - Pembangunan kebun raya Tinjomoyo
Mengoptimalkan anggaran dalam membangun sarana dan prasarana di Hutan Wisata Tinjomoyo (W6-T5)	Terdapat fasilitas yang masih dalam proses pembuatan dan pengkajian (belum beroperasi) yaitu jembatan kaca, hal ini dapat meningkatkan kunjungan wisata nantinya

Sumber: Analisa peneliti (2023)

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Hasil dari isu isu strategis tersebut ialah; meningkatkan kerja sama dengan berbagai aktor untuk lebih memanfaatkan lahan yang tersedia sangat luas (S4-O8); meningkatkan koordinasi dan kerja sama antar pegawai maupun lintas instansi dengan memanfaatkan teknologi yang bertujuan mempromosikan wisata (S2-O5); meningkatkan dan mengembangkan potensi wisata khususnya jogging track mengingat wisatawan sering repeat order di Hutan Wisata Tinjomoyo (S2-O2); memiliki anggaran yang optimal untuk mempromosikan wisata Hutan Wisata Tinjomoyo guna mengatasi kunjungan wisata tersebut menurun (S9-T5); meningkatkan koordinasi karyawan untuk membuat paket wisata yang memasukan Hutan Wisata Tinjomoyo sebagai destinasi (S2-T3); meningkatkan kuantitas SDM dengan menambahkan pekerjaan baru saat dibutuhkan (W2-O4); mengoptimalkan salah satu program prioritas pengelolaan keanekaragaman hayati dalam Renstra agar dasar hukum yang digunakan dalam pengembangan pariwisata Hutan Wisata Tinjomoyo dapat berjalan dengan selaras (W1-O3); mengoptimalkan anggaran dalam membangun sarana dan prasarana di Hutan Wisata Tinjomoyo (W6-T5)

Dapat diketahui bahwa isu isu strategis yang dianalisis oleh peneliti terdapat beberapa yang sudah selaras dengan strategi eksisting Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dan belum adanya strategi atau kebijakan yang mendukung. Juga terdapat isu strategis yang selaras pada strategi eksisting tetapi belum terimplementasi seperti pada pengelolaan keanekaragaman hayati di Hutan Wisata Tinjomoyo dan penambahan fasilitas baru yaitu jembatan kaca yang mana ikut menunjang potensi wisata dan kunjungan wisata. Penyelarasan antara isu isu strategis dengan strategi yang ada ini bertujuan untuk suatu instansi atau Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang lebih memperhatikan atau mengedepankan kondisi/isu prioritas dalam perencanaan pembangunan karena dampaknya signifikan bagi entitas dimasa datang.

b. Saran

Adapun saran yang diajukan sebagai berikut:

1. Meningkatkan kerja sama dengan berbagai stakeholders. Melakukan kerja sama dengan investor, akademis, swasta, komunitas, dan lain lain guna memanfaatkan lahan yang terdapat di Hutan Wisata Tinjomoyo.
2. Melakukan koordinasi dan kerja sama dengan para pegawai untuk membuat paket wisata yang berkunjung juga ke Hutan Wisata Tinjomoyo. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang sedang mengkaji paket wisata seperti kedungsepur, dan lain lain, hal ini dapat menjadikan Hutan Wisata Tinjomoyo sebagai tempat rekreasi juga. Hutan Wisata Tinjomoyo memiliki daya tertarik tersendiri seperti surga alam yang mempesona, dengan pepohonan hijau yang menjulang tinggi, dan fauna liar yang membuat setiap kunjungan menjadi petualangan tak terlupakan
3. Mengoptimalkan anggaran dalam membangun sarana dan prasarana yang inovatif di Hutan Wisata Tinjomoyo. Hutan Wisata Tinjomoyo merupakan aset pariwisata mahal yang berada di Kota Semarang. Hal ini sangat disayangkan jika tidak terdapat sarana dan prasana yang adaptif, inovatif di Hutan Wisata Tinjomoyo.
4. Menggunakan anggaran yang optimal untuk mempromosikan wisata Hutan Wisata Tinjomoyo. Hal ini dapat dimanfaatkan dengan mengajak stakeholders yang terkait untuk membuat konten yang bisa menjual value atau daya tarik di Hutan Wisata Tinjomoyo dan dieksekusi dengan sebaik mungkin.
5. Mengimplementasikan salah satu program prioritas pengelolaan keanekaragaman hayati dalam Renstra Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Kebun raya adalah suatu lahan yang ditanami berbagai jenis tumbuhan yang ditujukan untuk keperluan koleksi,

penelitian dan konservasi diluar habitat. Selain untuk penelitian, kebun botani dapat berfungsi sebagai sarana wisata dan pendidikan atau edukasi bagi pengunjung. Kawasan Tinjomoyo dengan luas lebih dari 50 hektar, memiliki potensi untuk dapat dikembangkan menjadi kebun raya. Hal ini dapat dilengkapi dengan berbagai jenis tanaman dan dilengkapi dengan sarana prasarana pendukungnya, sehingga bisa menjadi destinasi wisata alam baru di Kota Semarang yang dilengkapi dengan penyelenggaraan event seni budaya. Integrasi dengan pemanfaatan Tinjomoyo sebagai tempat wisata minat khusus

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiani, I. F., Maula, M., Lu'lu'a, R. L., & Aji, G. (2023). Analisis Lingkungan Internal dalam Pencapaian Tujuan dan Penyusunan Strategi Perusahaan. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 1(2), 59–69.
- Amalia Yunia Rahmawati. (2020). *Strategi Penanganan Gelandangan Di Kota Semarang*. July, 1–23.
- Fuadi, M. M., Ernawati, E., & Rizki, D. (2023). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Warung Nasi Priangan di Tasikmalaya. *Cipasung Techno Pesantren: Scientific Journal*, 17(1), 1–11.
- Mardiyana, M. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis SWOT Pada Home Industri Wen-Dang Jahe Di Kabupaten Kukar. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i1.6462>
- Pangaribuan, F. A., Yance, & Mardhiyah, A. (2022). Penerapan Analisis Swot Dalam Mengembangkan Usaha Industri Keripik. *Journal Business Administration: Entrepreneurship and Creative Industry*, 1(1), 11–22. <https://doi.org/10.32734/jba.v1i1.9150>
- Permatasari, I., Widowati, N., & Rengga, A. (2013). Analisis kinerja dinas kebudayaan dan pariwisata kota semarang. *Jurnal Administrasi Publik*, Vol. 2(No. 2), 4.
- Stefani, T. (2021). Analisis strategi pengembangan bisnis menggunakan analisis SWOT dan QSPM (Study Kasus Pada V Management Depok). *Stefani, Trivena*, 9(1), 1–19. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7040>