

STRATEGI PENGELOLAAN POTENSI PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI KOTA SEMARANG

Oleh : Rizky Yuniarso, M. Mustam, Rihandoyo

Jurusan Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Diponegoro

Jalan Profesor Haji Soedarto Sarjana Hukum, Tembalang Semarang Kotak Pos 1296

Telepon (024) 7465407 Faksimile (024) 7465405

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

ABSTRACT

Semarang city has some interesting potential to make tourist attraction for the tourists visiting Semarang. Although it has a lot of potential for tourism, tourists and investors are reluctant glances as less attractive. Though Semarang is a transit city that is developing themselves to a tourist town. The problem is then to be observed is how do tourism management strategy Disbudpar the city, then the factors supporting and inhibiting factors what is in the implementation of these strategies. And whether the strategy is done is right or not.

The purpose of the research conducted is to describe the management strategies that do Disbudpar and identify factors driving and inhibiting factors in the implementation of strategy. Then propose appropriate management strategies for Disbudpar. The method used in this study uses descriptive qualitative. The theory used in this study is strategic management and tourism management. Then identify strategic issues that exist using SWOT analysis, and determining the issues considered strategic by using a litmus test assessment.

From the research that has been done, there are twelve strategic issues that arise through the assessment using SWOT analysis. Then, after a litmus test assessed, there are four proposed strategies in the management of tourism in the city of Semarang them improve coordination among agencies in order to attract investors in the field of tourism, promote cooperation and good communication pattern between the government and the community, improving the quality and quantity of tourist guides to develop Semarang tourist attraction, as well as improving the implementation of existing programs to enhance the preservation of culture typical of Semarang.

***Keys Words* : Strategic Management; Tourism Management; SWOT Analysis**

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan dan juga persiapan yang dilakukan untuk berbagai aktivitas yang menyangkut kegiatan ini. Banyak negara, bergantung banyak dari industri pariwisata ini sebagai sumber pajak dan pendapatan untuk perusahaan yang menjual jasa kepada wisatawan. Pariwisata seringkali dipersepsikan sebagai mesin ekonomi penghasil devisa bagi pembangunan ekonomi di suatu Negara tidak terkecuali di Indonesia. Namun demikian pada prinsipnya pariwisata memiliki spectrum fundamental pembangunan yang lebih luas bagi suatu Negara.

Pengembangan pariwisata daerah selayaknya dikembangkan dengan tetap mengacu kepada perencanaan yang matang melalui penyiapan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata daerah di tingkat Provinsi maupun Kabupaten/Kota, langkah ini sudah harus dimulai untuk menemukan wilayah yang akan dijadikan sebagai lokasi pengembangan kepariwisataan yang tetap ditujukan untuk meningkatkan peran serta dan kesejahteraan masyarakat seluas-luasnya.

Penyiapan sumberdaya manusia yang memiliki kompetensi tinggi di bidang pelayanan jasa kepariwisataan juga menjadi hal yang perlu dilakukan. Kemampuan masyarakat dalam berinteraksi dan bersosialisasi perlu dilengkapi pula dengan kemampuan teknis, operasional dan manajerial dalam penyediaan barang dan jasa kepariwisataan. Stigma bahwa pekerja di bidang pariwisata merupakan pelayan harus mulai diubah menjadi pekerja profesional yang berkelas dunia. Kemampuan masyarakat dalam mengembangkan kompetensi mereka di bidang kepariwisataan dipercaya akan

mampu meningkatkan kualitas pelayanan serta pengalaman berwisata bagi wisman maupun wisnus.

Selain itu diperlukan pula perubahan paradigma dalam memandang pariwisata dalam konteks pembangunan nasional. Pariwisata tidak lagi dipandang sebagai alat peningkatan pendapatan nasional, namun memiliki spektrum yang lebih luas dan mendasar. Oleh karenanya pembangunan kepariwisataan memerlukan fokus yang lebih tajam serta mampu memposisikan destinasi pariwisatanya sesuai potensi alam, budaya dan masyarakat yang terdapat di masing-masing daerah. Dalam konteks ini, setiap daerah harus dapat memposisikan dirinya dalam kerangka pembangunan kepariwisataan nasional dengan diimbangi dengan perencanaan yang matang dan upaya-upaya peningkatan kompetensi SDM yang berkualitas dunia.

Pembangunan pariwisata di Kota Semarang selama beberapa tahun terakhir mengalami penurunan padahal sumbangan sektor pariwisata terhadap perekonomian Kota Semarang cukup besar, namun struktur PDRB yang ada tidak mengukur sumbangan pariwisata secara langsung. Sumbangan pariwisata tersebar di sektor-sektor ekonomi yang lain seperti sumbangan hotel dan restoran dalam sektor perdagangan, hotel dan restoran.

Kota Semarang memiliki beberapa potensi wisata yang menarik untuk menjadikan daya tarik bagi para wisatawan berkunjung ke Semarang. Meski memiliki banyak potensi wisata, wisatawan enggan melirik karena kurang menarik. Padahal Semarang adalah kota transit yang sedang mengembangkan diri menuju kota wisata . Peluang wisata bagi orang yang mampir untuk kemudian melanjutkan perjalanan wisata sebenarnya sangat besar. Tetapi, rata-rata para pendatang yang transit tidak pernah bertahan lebih dari satu malam. Klenteng Sam Poo Kong misalnya, sudah diakui

dunia. Sayangnya, ketika wisatawan ingin berkunjung, tidak ada sesuatu yang menarik di sana.

Berdasarkan uraian masalah di atas maka penulis memilih tema untuk penulisan skripsi ini mengenai manajemen strategi dalam pariwisata dengan judul “**Strategi Pengelolaan Potensi Pariwisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kota Semarang**”. Untuk dapat mengetahui strategi pengelolaan potensi pariwisata yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Semarang sehingga dapat terlaksana dan untuk mencari jalan keluar dari permasalahan pengelolaan potensi pariwisata di Kota Semarang. Hasil penelitian tersebut diharapkan mampu memberi masukan strategi pengelolaan pariwisata yang tepat bagi kota Semarang.

B. TUJUAN

- a. Mendiskripsikan mengenai strategi pengelolaan potensi pariwisata kota Semarang yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Semarang.
- b. Mengidentifikasi faktor pendorong dan faktor penghambat yang mempengaruhi pelaksanaan strategi pariwisata Kota Semarang yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kota Semarang.
- c. Memberikan usulan strategi pengelolaan pariwisata yang tepat untuk dilaksanakan di Kota Semarang.

C. TEORI

Administrasi Publik

Administrasi publik adalah sebuah disiplin ilmu yang bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah publik melalui peningkatan dalam berbagai bidang diantaranya bidang organisasi, sumber daya manusia dan keuangan. Beberapa ahli mendefinisikan tentang administrasi publik, salah satunya yaitu dari Nicholas Henry (1988), dia mengemukakan bahwa

administrasi publik suatu kombinasi yang kompleks antara teori dan praktik, dengan tujuan mempromosi pemahaman terhadap pemerintahan dalam hubungannya dengan masyarakat yang diperintah, dan juga mendorong kebijakan publik agar lebih responsif terhadap kebutuhan sosial. Administrasi publik berusaha melembagakan praktik-praktik manajemen agar sesuai dengan nilai efektivitas, efisiensi dan pemenuhan kebutuhan masyarakat secara lebih baik.

Manajemen Publik

Manajemen Publik merupakan proses menggerakkan SDM dan non SDM sesuai perintah Kebijakan Publik. Manajemen Publik adalah studi interdisipliner dari aspek-aspek umum organisasi, dan merupakan gabungan antara fungsi manajemen seperti planning, organizing dan controlling satu sisi dengan SDM, keuangan, fisik, informasi dan politik sisi lain. Manajemen publik menggambarkan apa yang sebaiknya dilakukan dan senyatanya pernah dilakukan oleh para manajer publik di Instansi Pemerintah. Didalam administrasi, manajemen merupakan penggerak jalannya administrasi negara. Dimana manajemen adalah bagian dari administrasi. Administrasi lebih luas daripada manajemen karena manajemen merupakan salah satu unsur administrasi dan manajemen merupakan pelaksana operasional yang mengatur tindakan pelaksanaan sekelompok orang.

Manajemen Strategi

Manajemen strategi dimaksudkan agar organisasi mejadi satuan yang mampu menampilkan kinerja tinggi karena organisasi yang berhasil adalah organisasi yang tingkat efektifitas dan produktivitasnya makin lama makin tinggi.

Salah satu pengertian tentang manajemen strategi diungkapkan oleh Sondang P. Siagian yaitu serangkaian

keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Sedangkan istilah strategi sendiri bersumber dari kalangan militer dan secara populer sering dinyatakan sebagai “kiat yang digunakan oleh para jenderal untuk memenangkan suatu peperangan”. Namun kini istilah strategi tidak hanya diterapkan dalam peperangan saja tetapi dalam organisasi pun istilah strategi juga diterapkan.

Analisis Lingkungan Strategis

Analisis lingkungan terdiri dari dua (Tangkilisan, 2003:14-15), yaitu :

(1) Lingkungan Internal yaitu identifikasi dari berbagai faktor yang berasal dari dalam organisasi yang mencakup kekuatan dan kelemahan organisasi. Hal ini dapat dilihat melalui sumber daya manusia, kultur organisasi, sumber daya keuangan, maupun strategi yang diterapkan saat ini.

(2) Lingkungan Eksternal, dalam hal ini, diidentifikasi tentang berbagai faktor yang menyangkut peluang dan ancaman yang berasal dari luar organisasi seperti konsumen atau pelanggan, para kompetitor serta kolaborator.

Manajemen Pariwisata

Manajemen Pariwisata adalah suatu tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumberdaya lainnya dalam bidang pariwisata.

Pengembangan Pariwisata

Suatu obyek pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati pengunjung, yaitu :

a. *Something to see* adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa di lihat atau di jadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan untuk berkunjung di obyek tersebut.

b. *Something to do* adalah agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal di sana.

c. *Something to buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau icon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh. (Yoeti, 1985, p.164).

Dalam pengembangan pariwisata perlu ditingkatkan langkah-langkah yang terarah dan terpadu terutama mengenai pendidikan tenaga-tenaga kerja dan perencanaan pengembangan fisik. Kedua hal tersebut hendaknya saling terkait sehingga pengembangan tersebut menjadi realistis dan proporsional.

Agar suatu obyek wisata dapat dijadikan sebagai salah satu obyek wisata yang menarik, maka faktor yang sangat menunjang adalah kelengkapan dari sarana dan prasarana obyek wisata tersebut. Karena sarana dan prasarana juga sangat diperlukan

untuk mendukung dari pengembangan obyek wisata.

C. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode **deskriptif kualitatif** dengan menggunakan metode manajemen strategic untuk mengungkapkan isu-isu strategi yang tepat bagi pengembangan sector pariwisata di Kota Semarang dengan menggunakan matriks SWOT. jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi teks/tulisan, kata-kata tertulis, tindakan-tindakan dan peristiwa-peristiwa dalam kehidupan sosial.

Kemudian dalam proses analisis data, yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Analisis ini dilandasi oleh keyakinan terhadap asumsi bahwa strategi efektif akan mampu memaksimalkan kekuatan dan mengeksplorasi peluang serta disaat bersamaan mampu meminimalisir kelemahan dan berbagai ancaman. Berdasarkan analisis dari matriks SWOT tersebut, dapat diidentifikasi dan ditetapkan beberapa isu strategis. Menurut Bryson identifikasi strategi yang dihadapi organisasi dilakukan melalui proses tahapan berikut:

1. Melakukan kajian kembali (*review*) organisasi terhadap mandat, misi, kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman termasuk dalam menentukan indikator organisasi lingkungannya.
2. Menentukan pendekatan isu strategi yang tepat sesuai dengan situasi yang sedang dihadapi melalui pendekatan langsung, pendekatan tidak langsung, pendekatan tujuan serta pendekatan visi keberhasilan.
3. Mengidentifikasi isu strategi dengan menggunakan kriteria prioritas, logika atau kriteria waktu.

4. Menggunakan Tes Litmus untuk mengukur tingkat kestrategisan dari isu yang ada.
5. Merumuskan strategi yang berkaitannya dengan isu sesuai dengan misi organisasi.

D. PEMBAHASAN

Deskripsi Strategi Disbudpar

Beberapa strategi dalam upaya pembangunan di bidang Kebudayaan dan Pariwisata, di antaranya adalah :

a. Pengembangan Terhadap Seni dan Budaya Lokal

Kurangnya apresiasi dan kesadaran masyarakat terhadap seni dan budaya lokal khas Semarang membuat kekhawatiran tersendiri dari pihak Disbudpar Kota Semarang. Untuk itulah, agar kekuatan terhadap seni dan budaya lokal dapat terwujud dengan baik, Disbudpar berusaha melakukan pengembangan terhadap kecintaan seni dan budaya lokal, di antaranya dengan mengadakan kegiatan Festival Warag Ngendog, Ritual Upacara Dugderan, dan menampilkan tarian khas Gambang Semarang setiap ada wisatawan asing yang berkunjung.

b. Revitalisasi Bangunan Cagar Budaya.

Kota Semarang memiliki beberapa bangunan cagar budaya yang hingga saat ini masih berdiri. Daya tarik wisata sejarah dengan mengunjungi beberapa bangunan cagar budaya cukup tinggi, beberapa wisatawan asing yang berkunjung ke Semarang biasanya tertarik untuk mengunjungi dan melakukan napak tilas di beberapa bangunan cagar budaya, seperti di Kawasan Kota Lama misalnya. Disbudpar Kota Semarang berupaya untuk merevitalisasi

beberapa bangunan cagar budaya yang ada agar dapat mempertahankan bentuk dan kualitas bangunan yang ada.

c. Pengembangan Jaringan Kerjasama Promosi Pariwisata.

Dalam upaya mengenalkan daya tarik wisata yang ada di Semarang, perlu dilakukan promosi baik itu di tingkat lokal, nasional, bahkan tingkat internasional. Usaha yang dilakukan dengan bekerjasama dengan berbagai media lokal maupun nasional dalam upaya promosi pariwisata yang ada, selain itu juga selalu memberikan peluang bagi media-media cetak maupun elektronik untuk meliput jalannya event-event di bidang kebudayaan dan pariwisata yang diselenggarakan oleh Disbudpar Kota Semarang.

d. Pengembangan Kualitas Obyek dan Daya Tarik Wisata dan Event-Event Pariwisata.

Beberapa obyek wisata yang ada di Kota Semarang pada dasarnya sudah dapat dikatakan cukup baik dalam menarik wisatawan. Akan tetapi, ke depannya perlu dilakukan pengembangan terhadap kualitas terhadap beberapa obyek wisata yang ada, sehingga dapat memenuhi keinginan dan tantangan dari para wisatawan yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Kurangnya event-event pariwisata yang dapat mengisi kegiatan kepariwisataan, juga mendorong Disbudpar untuk lebih menambah dan memperbaiki kualitas event-event pariwisata guna menarik wisatawan.

e. Peningkatan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata.

Destinasi pariwisata di Kota Semarang jika dilihat dari segi kuantitas sebenarnya sudah cukup mumpuni

untuk mendorong kegiatan wisata bagi pengunjung. Akan tetapi penambahan jumlah destinasi pariwisata yang ada, pada dasarnya juga perlu dilakukan, hal ini dimaksudkan agar ke depannya ada beberapa pilihan yang banyak bagi para wisatawan untuk berwisata di Kota Semarang sehingga wisatawan yang berkunjung dapat lebih terpuaskan dengan pilihan yang ada.

f. Pengembangan sarana prasarana kepariwisataan.

Dalam kegiatan wisata, sarana prasarana pendukung juga harus diperhatikan agar pengguna obyek wisata dapat lebih nyaman dalam beraktivitas di dalamnya. Akses jalan masuk menuju obyek wisata yang layak, sarana pendukung seperti MCK, tempat ibadah, dan tempat untuk berjualan souvenir juga harus tersedia dengan baik. Kondisi sarana prasarana kepariwisataan di beberapa obyek wisata di Kota Semarang sebenarnya sudah cukup terfasilitasi dengan baik. Akan tetapi dalam perkembangannya, sarana prasarana yang ada harus lebih ditingkatkan dan dikembangkan agar tampak lebih menarik.

Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pelaksanaan Strategi

a. Faktor Pendukung

1. Terjadi Peningkatan Terhadap Kinerja Yang Telah Dicapai.
2. Meningkatnya Perubahan Sosial dan Budaya Pada Sektor Budaya dan Pariwisata.
3. Memiliki Pelanggan pada Sektor Budaya dan Pariwisata

b. Faktor Penghambat

1. Sumber Daya Manusia (SDM) Disbudpar Kurang Potensial.

2. Terbatasnya Anggaran Yang Ada.
3. Terbatasnya Sumber Daya Teknologi (sarana dan prasarana).
4. Kurangnya Kompetensi dari Tenaga Ahli Kepariwisata .
5. Pola Hubungan Kerja dengan SKPD Terkait Masih Kurang baik.
6. Kurangnya Kerjasama pada Sektor Budaya dan Pariwisata.

Rekomendasi Strategi Pengelolaan Pariwisata

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor strategis organisasi yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang berasal dari internal maupun eksternal sebelum merumuskan suatu strategi dalam organisasi. Analisis ini diharapkan dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Berdasar analisis SWOT tersebut, dapat dirumuskan faktor-faktor pendukung yaitu berasal dari kekuatan dan peluang, serta faktor-faktor penghambat yang berasal dari kelemahan dan ancaman terkait pengembangan pariwisata di Kota Semarang.

Berdasarkan matriks analisis SWOT tersebut, maka dapat diperoleh beberapa isu-isu strategis terkait dengan pengembangan pariwisata di Kota Semarang, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan Promosi Wisata Berdasarkan Keunikan Sejarah dan Cagar Budaya.
- b. Meningkatkan Kerja Sama Antar Instansi di Bidang Kepariwisata Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat.
- c. Mengoptimalkan Penerimaan Aspirasi dengan Berbagai Pihak

- Guna Meningkatkan Pendapatan Sektor Pariwisata.
- d. Meningkatkan Kerja Sama dan Pola Komunikasi yang Baik Antara Pemerintah dengan Masyarakat.
- e. Meningkatkan Koordinasi Antar Instansi Guna Menarik Investor di Bidang Pariwisata.
- f. Mengoptimalkan pelaksanaan program yang ada untuk meningkatkan upaya pelestarian budaya khas Semarang.
- g. Mengoptimalkan UKM di Sekitar Obyek Wisata Untuk Mengatasi Terbatasnya Anggaran.
- h. Rekrutmen Pegawai Berbasis Kepariwisata.
- i. Meningkatkan pendataan dan manajemen tenaga kepariwisataan berdasarkan peraturan yang berlaku.
- j. Meningkatkan kualitas dan kuantitas pemandu wisata untuk mengembangkan daya tarik wisata Kota Semarang.
- k. Mengoptimalkan Fasilitas Penunjang di Beberapa Obyek Wisata untuk Meningkatkan Kualitas Pariwisata Kota Semarang.
- l. Meningkatkan hubungan kerjasama antara pemerintah dengan masyarakat dalam mengoptimalkan anggaran dinas.

Berdasarkan hasil analisis identifikasi isu-isu strategis dan evaluasi isu-isu strategis menggunakan Tes Litmus, akan dijadikan sebuah acuan dalam perumusan strategi alternatif optimalisasi pengembangan pariwisata di Kota Semarang. Program-program strategis yang mengacu pada perumusan strategi tersebut,

merupakan dukungan terhadap upaya-upaya yang telah dilaksanakan Disbudpar Kota Semarang. Program strategi optimalisasi pengembangan pariwisata di Kota Semarang untuk tiga tahun kedepan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan koordinasi antar instansi guna menarik investor di bidang pariwisata.
2. Mengoptimalkan pelaksanaan program yang ada untuk meningkatkan upaya pelestarian budaya khas Semarang.
3. Meningkatkan kerjasama dan pola komunikasi yang baik antara pemerintah dengan masyarakat.
4. Meningkatkan kualitas dan kuantitas pemandu wisata untuk mengembangkan daya tarik wisata Kota Semarang.

E. PENUTUP

a. Kesimpulan

Sektor pariwisata telah menjadi salah satu aspek penting dalam memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD). Dengan dimilikinya beberapa daya tarik wisata yang bisa dikatakan cukup lengkap, Kota Semarang akan sangat berpotensi untuk berkembang di bidang kepariwisataannya dalam beberapa tahun mendatang, asalkan semua itu dikelola secara professional dan juga didukung oleh adanya sinergitas antara pemerintah, masyarakat, dan para pelaku wisata yang terlibat dalam bidang kepariwisataan Kota Semarang untuk lebih menjual pariwisata Kota Semarang.

Faktor pendorong dalam meningkatnya arus kunjungan wisatawan di Kota Semarang, di antaranya yaitu : (1) akses masuk transportasi menuju Kota Semarang tidak lah terlalu sukar, mengingat Kota Semarang sendiri sudah memiliki Bandara Internasional Ahmad Yani, Stasiun Tawang, Stasiun Poncol, dan Pelabuhan Tanjung Emas. (2) Jarak antara obyek wisata yang satu dengan yang lainnya tidak

terlalu jauh, sehingga memudahkan para wisatawan untuk mengunjungi semua obyek wisata yang ada di Kota Semarang.

Sedangkan beberapa hal yang menjadi penghambat dalam usaha pengembangan kepariwisataan Kota Semarang ke depannya, berikut yang menjadi faktor penghambat : (1) masih kurangnya tenaga SDM bidang kepariwisataan, khususnya untuk pemandu wisata, kualitas SDM yang ada sendiri dirasa masih belum kompeten. (2) masih kurangnya minat investor dalam mengembangkan daya tarik wisata Kota Semarang dikarenakan faktor lingkungan dan alam, seperti rob dan banjir. Dikhawatirkan dengan adanya rob dan banjir tersebut dapat cepat merusak infrastruktur yang ada seperti jalan raya.

Berdasarkan faktor-faktor penghambat dan pendukung tersebut, maka dapat diidentifikasi isu-isu strategis dan tahap selanjutnya adalah evaluasi isu-isu strategis menggunakan Uji Litmus, sehingga dapat dirumuskan beberapa alternatif usulan strategi optimalisasi pengembangan pariwisata terhadap Disbudpar Kota Semarang. Strategi optimalisasi pengembangan pariwisata yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Meningkatkan koordinasi antar instansi guna menarik investor di bidang pariwisata.

Kurangnya kualitas pariwisata pada dasarnya disebabkan oleh tidak memadainya sarana dan prasarana yang ada. Faktor alam memicu rusaknya beberapa sarana dan prasarana sehingga obyek wisata yang ada terkesan tidak menarik. Disbudpar harus melakukan koordinasi dan meningkatkan koordinasi dengan instansi terkait. Sehubungan dengan upaya perijinan juga harus dipermudah sehingga tidak menimbulkan kekecewaan bagi

para investor yang akan menanamkan modalnya. Hal ini sudah mencakup untuk permasalahan meningkatkan kualitas pariwisata, rendahnya pengelolaan pariwisata, dan terbatasnya sarana prasarana pariwisata.

2. Meningkatkan kerjasama dan pola komunikasi yang baik antara pemerintah dengan masyarakat.

Menumbuhkan kesadaran budaya bagi masyarakat, dapat dilakukan dengan mengajak peran serta masyarakat dalam pengelolaan berbagai macam acara kebudayaan seperti festival dugderan dan lain sebagainya. Diharapkan dengan hal ini lambat laun masyarakat Kota Semarang yang dilibatkan dapat lebih mengenal dan mencintai kebudayaan khas Kota Semarang.

Kemudian peningkatan sarana prasarana kebudayaan juga harus dilakukan dengan memperindah Taman Budaya Raden Saleh sehingga dapat menunjang para seniman dan masyarakat untuk berkegiatan di sana. Dengan adanya sarana prasarana untuk berkegiatan budaya, diharapkan masyarakat dapat mengetahui dasar budaya khas Kota Semarang sehingga tidak dapat terpengaruh dengan percampuran budaya yang ada. Strategi ini suah dapat menangani berbagai permasalahan yang timbul dari urusan kebudayaan.

3. Meningkatkan kualitas dan kuantitas pemandu wisata untuk mengembangkan daya tarik wisata Kota Semarang.

Upaya yang dapat dilakukan melalui strategi ini di antaranya dengan mengadakan event-event pariwisata seperti atraksi wisata ataupun napak

tilas sejaraj dengan melibatkan komunitas maupun masyarakat. Masyarakat dan komunitas didorong untuk berperan aktif dalam kegiatan, event, maupun program yang ada agar tercipta hubungan yang sinergis antara masyarakat dengan Disbudpar.

4. Mengoptimalkan pelaksanaan program yang ada untuk meningkatkan upaya pelestarian budaya khas Semarang.

Terbatasnya tenaga di bidang kepariwisataan yang dimiliki oleh Disbudpar akan sangat mempengaruhi terhadap kualitas pariwisata yang ada. Informasi yang diberikan kepada wisatawan merupakan hal yang mutlak untuk dipenuhi dan itu dapat terwujud dengan adanya pemandu wisata yang berkualitas.

b. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan serta simpulan di atas, maka saran yang ditujukan untuk optimalisasi pengembangan pariwisata terkait dengan hambatan-hambatan yang dihadapi oleh Disbudpar Kota Semarang dalam pengembangan pariwisata. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pelatihan secara berkala dan bersertifikasi kepada para pemandu wisata di lingkungan Kota Semarang, selain itu juga perlu dilakukan pendataan secara berkala terhadap tenaga pemandu wisata yang dimiliki agar lebih mudah terpantau dan melakukan manajemen sumber daya manusianya.
2. Mendorong inisiatif dari tiap pelaku kepariwisataan untuk mengembangkan daya tarik wisata yang ada. Hal ini juga harus didukung oleh perubahan pola budaya masyarakat yang mendukung

- terhadap keberlangsungan kegiatan pengembangan daya tarik wisata, sehingga inisiatif untuk proses pengembangan tersebut akan selalu muncul dan didukung dengan baik.
3. Memperbaiki dan mengembangkan sarana prasarana/ infrastruktur yang ada memelihara sarana pendukung demi kenyamanan dan keamanan wisatawan atau pengunjung yang datang.
 4. Melibatkan peran serta masyarakat dalam kegiatan maupun program yang diselenggarakan Disbudpar sehingga nantinya akan tercipta hubungan yang saling bersinergis antara pemerintah dan masyarakat.
 5. Mendorong apresiasi dan peran serta masyarakat dalam kegiatan kebudayaan hal ini dapat dilakukan dengan memfasilitasi segala kegiatan kebudayaan yang diselenggarakan baik individu maupun komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bryson, John M. 2007. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Handoko, T. Hani. 2008. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pitana, I Gede. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Purwanto, Iwan, SE, M.Pd. *Manajemen Strategi*. Bandung: Yrama Widya.
- Pasalong, Harbani. *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.

Suwantoro, Gamal, SH. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Jakarta: ANDI.

Siagian, Sondang P, Dr, MPA. 2005. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Salusu, J. 2005. *Pengambilan Keputusan Strategik: Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*. Jakarta: Grasindo.

Soekadijo, G. R. 2000. *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai "Systemic Linkage"*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Tangkilisan, Heisel N. 2003. *Manajemen Publik*. Jakarta. Grasindo

Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2009. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wahab, Salah. 2003. *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Wahab, Salah. 1977. *Tourism Marketing*. London : Tourism Internasional Press.

Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa Offset.

Non Buku

Rencana Strategis SKPD Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang Tahun 2010-2015

Data Badan Pusat Statistik Mengenai PDRB Kota Semarang tahun 2008-2010

