

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA RELIGI DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATA DI KOTA SEMARANG

Muhammad Sandy Yudha Putra Pratama, Tri Yuniningsih

Program Studi S1 Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jalan Prof. Soedarto, S. H., Tembalang, Kota Semarang, Kotak Pos 1269

Telepon (024) 7465407, Faksimile (024) 7465405

Laman: www.fisip.undip.ac.id

Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

The development of religious tourism in Semarang City represents a strategic issue in regional tourism development due to the increasing demand for tourism experiences that emphasize spiritual, cultural, and educational values. However, the sector has not been optimally managed, as reflected in governance weaknesses, limited innovation in tourism programs, and the inadequate integration of digital promotion and public service quality. This study aims to formulate effective development strategies for religious tourism in order to increase tourist visits in Semarang City. A descriptive qualitative approach was employed, with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. Data analysis was conducted using SWOT analysis to identify internal and external factors influencing the development of religious tourism. The findings indicate that religious tourism in Semarang City possesses strong potential in terms of attractions, accessibility, and government support, yet continues to face challenges such as weak coordination among destination managers, low professional capacity of human resources, and inconsistent service quality, particularly regarding cleanliness, safety, and visitor comfort. Based on the SWOT analysis, three main strategies were formulated: strengthening integrated digital promotion, enhancing the capacity and professionalism of tourism managers, and developing culturally and educationally oriented tourism programs. This study concludes that the implementation of integrated and sustainable strategies plays a crucial role in improving the competitiveness of religious tourism and increasing tourist visits in Semarang City.

Keywords: Religious tourism, Development strategy, SWOT, Tourism governance, Semarang City.

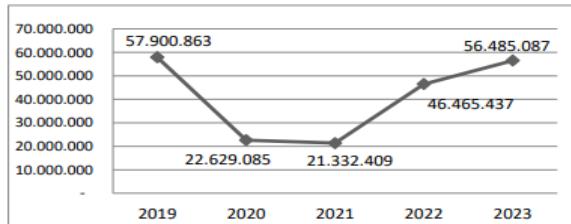
ABSTRAK

Pengembangan wisata religi di Kota Semarang merupakan isu strategis dalam pembangunan pariwisata daerah seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap wisata berbasis spiritual, budaya, dan edukasi. Namun, pengelolaannya masih menghadapi berbagai permasalahan, seperti lemahnya tata kelola destinasi, kurangnya inovasi program wisata, serta belum optimalnya integrasi promosi digital dan kualitas pelayanan publik. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan wisata religi yang efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan wisata religi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisata religi di Kota Semarang memiliki potensi yang kuat dari sisi daya tarik, aksesibilitas, dan dukungan pemerintah, namun masih dihadapkan pada kendala koordinasi antar pengelola, rendahnya profesionalitas sumber daya manusia, serta tidak konsisten pada pelayanan, khususnya terkait kebersihan, keamanan, dan kenyamanan. Berdasarkan analisis SWOT, dirumuskan tiga strategi utama, yaitu penguatan promosi digital terpadu, peningkatan kapasitas dan profesionalitas pengelola, serta pengembangan program wisata berbasis budaya dan edukasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan strategi yang terintegrasi dan berkelanjutan berperan penting dalam meningkatkan daya saing wisata religi dan kunjungan wisatawan di Kota Semarang.

Kata kunci: Wisata religi, Strategi pengembangan, SWOT, Tata kelola pariwisata, Kota Semarang.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi daerah karena memiliki efek pengganda (*multiplier effect*) yang luas, mulai dari peningkatan pendapatan daerah, penciptaan lapangan kerja, hingga penguatan identitas sosial dan budaya masyarakat. Dalam kerangka pembangunan berkelanjutan, sektor pariwisata memiliki keterkaitan erat dengan Agenda *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya Tujuan ke-8 (*Decent Work and Economic Growth*), Tujuan ke-11 (*Sustainable Cities and Communities*), serta Tujuan ke-17 (*Partnerships for the Goals*). Pengembangan pariwisata yang dikelola secara berkelanjutan diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus menjaga kelestarian budaya dan lingkungan.

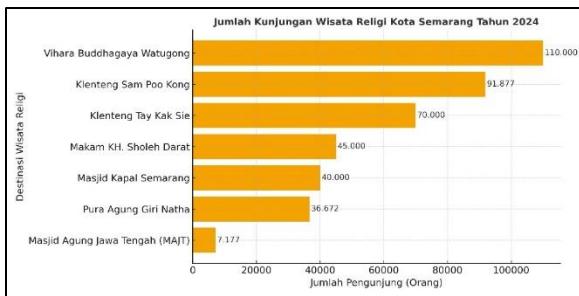


Sumber : Jumlah Wisatawan Nusantara Jawa Tengah dalam Grafik

Salah satu bentuk pariwisata yang memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan berkelanjutan adalah wisata religi. Wisata religi tidak hanya dipahami sebagai kegiatan kunjungan ke tempat ibadah atau situs keagamaan, tetapi juga sebagai

sarana pembelajaran nilai-nilai spiritual, sejarah, dan budaya yang hidup di tengah masyarakat. Dalam konteks negara multikultural seperti Indonesia, wisata religi memiliki peran strategis dalam memperkuat toleransi antarumat beragama, menjaga warisan budaya, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui aktivitas ekonomi yang tumbuh di sekitar destinasi wisata.

Perkembangan wisata religi di Indonesia khususnya di Jawa Tengah menunjukkan tren yang semakin meningkat seiring dengan bertambahnya minat wisatawan terhadap destinasi yang menawarkan pengalaman spiritual dan kultural. Berbagai daerah berlomba-lomba mengembangkan wisata religi sebagai bagian dari strategi diversifikasi produk pariwisata. Namun demikian, pengembangan wisata religi tidak terlepas dari berbagai tantangan, seperti lemahnya tata kelola destinasi, rendahnya kualitas pelayanan, keterbatasan sumber daya manusia, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi dan strategi promosi. Apabila tantangan tersebut tidak dikelola dengan baik, maka potensi wisata religi justru dapat mengalami stagnasi bahkan penurunan daya tarik.



Sumber : Jumlah Kunjungan Wisata Religi Kota Semarang 2024

Kota Semarang merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki potensi wisata religi yang sangat beragam dan mencerminkan pluralitas budaya serta agama. Berbagai destinasi wisata religi di Kota Semarang, seperti Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT), Masjid Kapal Semarang, Klenteng Sam Poo Kong, Klenteng Besar TITD Tay Kak Sie, Makam KH. Soleh Darat, Vihara Buddhagaya Watugong, dan Pura Agung Giri Natha, menjadi bukti nyata kekayaan warisan budaya dan sejarah yang dimiliki daerah ini. Keberadaan destinasi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai pusat kegiatan keagamaan, tetapi juga sebagai daya tarik wisata yang memiliki nilai historis, edukatif, dan simbol toleransi antarumat beragama.

Jenis Wisatawan	Jumlah Kunjungan Wisatawan Menurut Jenis Wisatawan di Kota Semarang (Jiwa)		
	2022	2023	Persentase Kenaikan (%)
Wisatawan Nusantara	5.338.233	6.478.883	21.39%
Wisatawan Mancanegara	4.918	13.992	184.66%
Kota Semarang	5.343.151	6.492.875	21.43%

Sumber : DISBUDPAR Kota Semarang

Data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan pada periode 2022–2023. Peningkatan ini mencerminkan adanya pemulihan sektor pariwisata pascapandemi sekaligus peluang besar bagi pengembangan wisata religi sebagai salah satu produk unggulan daerah. Namun, peningkatan jumlah kunjungan tersebut belum sepenuhnya diiringi dengan peningkatan kualitas pengelolaan destinasi wisata religi. Berbagai keluhan wisatawan masih ditemukan, khususnya terkait aspek keamanan, kebersihan, kenyamanan, serta profesionalitas pelayanan di beberapa objek wisata religi.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan wisata religi di Kota Semarang masih menghadapi permasalahan struktural dan manajerial. Kurangnya koordinasi antar pemangku kepentingan, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, serta belum adanya strategi pengembangan yang terintegrasi berpotensi menghambat keberlanjutan wisata religi. Apabila permasalahan ini tidak segera diatasi, maka peningkatan kunjungan wisatawan yang bersifat kuantitatif tidak akan mampu menghasilkan dampak positif jangka panjang

bagi pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat.

Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan wisata religi yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga pada peningkatan kualitas tata kelola destinasi secara berkelanjutan. Pendekatan strategis melalui analisis faktor internal dan eksternal menjadi penting untuk merumuskan kebijakan dan langkah pengembangan yang tepat sasaran. Analisis SWOT dipandang relevan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan wisata religi di Kota Semarang, sehingga strategi yang dirumuskan dapat bersifat realistik, terukur, dan implementatif.

KAJIAN TEORI

A. Pengembangan Pariwisata

Menurut Yoeti (2002), menyebutkan bahwa untuk mendorong pertumbuhan pariwisata di tempat wisata tertentu, maka perlu memperhatikan 4 aspek antara lain:

1. Atraksi

Sesuatu yang dapat disaksikan atau dinikmati oleh wisatawan, baik melalui pertunjukan tertentu maupun kegiatan khusus.

2. Aktivitas

Beragam kegiatan yang menitikberatkan pada pergerakan dan dinamika kehidupan di suatu daerah wisata, yang memberikan pengalaman menyenangkan serta hiburan bagi pengunjung.

3. Aksesibilitas

Mengacu pada fasilitas yang mempermudah perjalanan wisatawan, termasuk ketersediaan sarana transportasi dan jaringan jalan menuju kawasan wisata.

4. Amenitas

Berbagai sarana penunjang fisik yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan kenyamanan wisatawan selama berkunjung.

B. Faktor Pendukung dan Penghambat

Menurut Sunaryo (2013), faktor pendukung dan penghambat dalam kegiatan wisata, yang termasuk dalam unsur pariwisata dan biasanya terwujud dalam bentuk rangkaian destinasi wisata, umumnya terdiri atas beberapa komponen utama sebagai berikut:

1. Faktor Pendukung

- a. Daya tarik pariwisata
- b. Penyediaan/Akomodasi
- c. Infrastruktur
- d. Fasilitas
- e. Peran masyarakat

2. Faktor Penghambat
 - a. Masih terdapat pengelolaan yang kurang optimal oleh instansi terkait,
 - b. Keterbatasan pada aspek infrastruktur, fasilitas, dan pengelolaan potensi wisata

C. Analisis SWOT Dalam Perencanaan Strategi

Menurut Rangkuti (2006), matriks SWOT menggambarkan bagaimana perusahaan mampu menyeimbangkan peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan serta kelemahan internalnya. Melalui matriks ini, dapat dihasilkan empat alternatif strategi utama yang dapat dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan.

1. Strategi SO (*Strength and Oppurtunity*).

Merupakan strategi yang disusun dengan memaksimalkan seluruh potensi kekuatan untuk mengambil peluang yang ada.

2. Strategi ST (*Strength and Threats*).

Yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menghadapi dan mengurangi pengaruh ancaman eksternal.

3. Strategi WO (*Weakness and Oppurtunity*).

Merupakan strategi yang dijalankan dengan memanfaatkan peluang yang tersedia sambil berupaya mengurangi kelemahan yang dimiliki

4. Strategi WT (*Weakness and Threats*).

Yaitu strategi yang difokuskan pada upaya mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman dari luar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan pengembangan wisata religi serta strategi yang diterapkan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Kota Semarang. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kondisi pengelolaan wisata religi, faktor pendukung dan penghambat, serta perumusan strategi pengembangannya berdasarkan perspektif para pemangku kepentingan.

Situs penelitian dilakukan pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, serta beberapa destinasi wisata religi yang menjadi fokus penelitian di wilayah Kota Semarang. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yang terdiri atas pejabat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, pengelola destinasi wisata religi, serta pihak-pihak terkait yang memahami pengembangan dan pengelolaan wisata religi di Kota Semarang.

Jenis data yang digunakan bersifat kualitatif, dengan sumber data primer berupa wawancara mendalam (*in-depth interview*)

dan observasi lapangan, serta sumber data sekunder berupa dokumen resmi, laporan instansi, jurnal ilmiah, artikel, dan sumber lain yang relevan. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, yang selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam penyusunan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan wisata religi. Kredibilitas data diuji melalui triangulasi sumber, guna memastikan keabsahan dan keandalan data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Wisata Religi Di Kota Semarang

Pengembangan destinasi wisata harus memperhatikan empat komponen utama, sebagai berikut:

1. Atraksi

Dari aspek atraksi, wisata religi di Kota Semarang memiliki keunggulan yang kuat pada nilai historis, spiritual, dan budaya. Keberadaan berbagai destinasi wisata religi lintas agama menjadi ciri khas yang membedakan Kota Semarang dengan daerah lain serta berpotensi memperkaya pengalaman wisatawan. Namun demikian, potensi atraksi tersebut belum sepenuhnya

dikemas secara inovatif dan terintegrasi sebagai produk wisata religi yang komprehensif, sehingga pengalaman wisata yang diperoleh pengunjung masih bersifat parsial dan belum optimal.

2. Aksesibilitas

Sebagian besar destinasi wisata religi relatif mudah dijangkau karena berada di kawasan perkotaan. Meskipun demikian, hasil observasi menunjukkan masih adanya keterbatasan petunjuk arah, pengaturan lalu lintas, serta fasilitas parkir di beberapa lokasi wisata religi, yang berpotensi mengurangi kenyamanan wisatawan.

3. Amenitas

Aspek amenitas menunjukkan kondisi yang cukup beragam. Beberapa destinasi telah dilengkapi dengan fasilitas pendukung yang memadai, seperti toilet, area parkir, dan pusat informasi. Namun, masih ditemukan permasalahan terkait kebersihan, keamanan, dan kenyamanan lingkungan di beberapa objek wisata religi, yang mengindikasikan perlunya peningkatan standar pelayanan.

4. Aktivitas

Dari aspek aktivitas, pengembangan wisata religi di Kota Semarang telah didukung oleh berbagai kegiatan keagamaan dan budaya yang diselenggarakan di sejumlah destinasi wisata religi. Aktivitas tersebut berpotensi menjadi daya tarik

tambahan bagi wisatawan, baik dalam bentuk perayaan hari besar keagamaan maupun kegiatan budaya berbasis religi. Namun demikian, pelaksanaan aktivitas wisata tersebut masih belum terkelola secara terintegrasi dan berkelanjutan, sehingga belum mampu memberikan pengalaman wisata yang optimal serta belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana peningkatan kunjungan wisatawan.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Berdasarkan analisis faktor pendukung dan penghambat pengembangan wisata religi di Kota Semarang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal.

1. Faktor Pendukung

Faktor pendukung pengembangan wisata religi meliputi kekayaan potensi wisata religi yang beragam, dukungan kebijakan pemerintah daerah, meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata berbasis religi dan budaya, serta posisi Kota Semarang sebagai kota tujuan wisata di Jawa Tengah. Selain itu, nilai toleransi dan keberagaman budaya yang kuat juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

2. Faktor Penghambat

Di sisi lain, faktor penghambat pengembangan wisata religi meliputi keterbatasan kualitas sumber daya manusia dalam pengelolaan destinasi, kurangnya

inovasi promosi wisata religi, lemahnya koordinasi antar pemangku kepentingan, serta masih rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan wisata. Faktor-faktor tersebut berpotensi menghambat peningkatan kualitas layanan dan kepuasan wisatawan.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Sunaryo yang menyatakan bahwa keberhasilan pengembangan pariwisata sangat ditentukan oleh kemampuan pengelola dalam memaksimalkan faktor pendukung serta meminimalkan faktor penghambat secara simultan.

Strategi yang Efektif dan Inovatif Menggunakan SWOT

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal, diperoleh gambaran posisi strategis pengembangan wisata religi di Kota Semarang melalui analisis SWOT.

1. Kekuatan (*Strengths*)

Pengembangan wisata religi terletak pada keberagaman destinasi lintas agama, nilai sejarah dan budaya yang kuat, serta dukungan pemerintah daerah terhadap sektor pariwisata.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Meliputi kualitas pelayanan yang belum merata, keterbatasan sumber daya manusia, serta belum optimalnya pengelolaan dan promosi wisata religi.

3. Peluang (*Opportunities*)

Berasal dari meningkatnya minat wisata religi, perkembangan teknologi digital sebagai sarana promosi, serta pemulihan sektor pariwisata pascapandemi.

4. Ancaman (*Threats*)

Meliputi persaingan antar destinasi wisata di daerah lain, perubahan preferensi wisatawan, serta potensi penurunan kualitas lingkungan apabila pengelolaan tidak dilakukan secara berkelanjutan.

	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
IFAS	<ul style="list-style-type: none"> a) Keragaman destinasi religi lintas agama. b) Daya tarik historis dan arsitektural yang tinggi. c) Aksesibilitas mudah dijangkau oleh wisatawan. d) Dukungan dan peran aktif pemerintah daerah. e) Keterlibatan masyarakat lokal dalam kegiatan wisata. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Kurangnya inovasi dalam aktivitas wisata religi. b) Promosi yang belum terintegrasi secara digital. c) Kelemahan dalam aspek manajerial dan tata kelola. d) Fasilitas umum di beberapa destinasi belum optimal. e) Ketergantungan terhadap momen keagamaan tertentu.
EFAS		
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Strategi S-O	Strategi W-O
<ul style="list-style-type: none"> a) Tren peningkatan minat terhadap wisata religi. b) Dukungan kebijakan dari pemerintah daerah dan provinsi. c) Potensi pemberdayaan ekonomi lokal melalui wisata religi. d) Perkembangan digitalisasi promosi pariwisata. e) Kolaborasi multinilai dalam pengembangan destinasi lintas agama. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Promosi digital wisata religi lintas agama dan historis. b) Kolaborasi pemerintah, pengelola, dan masyarakat untuk pemberdayaan ekonomi. c) Pengembangan jaringan destinasi religi terintegrasi. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Peningkatan kapasitas pengelola melalui pelatihan berbasis teknologi. b) Optimalisasi fasilitas dan inovasi kegiatan wisata religi berkelanjutan. c) Integrasi promosi digital antar destinasi wisata.
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ul style="list-style-type: none"> a. Persaingan dengan destinasi religi lain di 	<ul style="list-style-type: none"> a) Penguatan citra Semarang sebagai 	<ul style="list-style-type: none"> a) Pemberhanan tata kelola destinasi

tingkat regional maupun nasional.	kota wisata religi toleran.	melalui koordinasi terpadu.
b. Permasalahan lingkungan dan kebersihan kawasan wisata.	b) Pengelolaan kebersihan dan kelestarian destinasi berbasis kolaborasi.	b) Inovasi produk wisata religi yang berdaya saing berkelanjutan.
c. Ketergantungan kunjungan pada momen keagamaan tertentu.	c) Penyelenggaraan kegiatan keagamaan rutin untuk menjaga kunjungan.	c) Penerapan standar pelayanan dan kebersihan yang konsisten.
d. Ketidakteraturan tata kelola kawasan wisata.		
e. Risiko penurunan minat wisatawan akibat kurangnya inovasi berkelanjutan.		

Dari hasil analisis yang tercantum, dapat ditemukan sejumlah isu strategis yang berhubungan dengan upaya peningkatan kunjungan wisatawan di Kota Semarang, antara lain:

1. Strategi S-O

Strategi S-O diperoleh melalui identifikasi antara kekuatan dan peluang yang dimiliki dalam pengembangan wisata religi di Kota Semarang. Tujuan dari strategi ini untuk memaksimalkan potensi internal dengan mengeksplorasi peluang eksternal yang tersedia, sehingga pengembangan wisata religi dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan. Strategi S-O yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Penguatan promosi wisata religi berbasis digital yang menonjolkan keberagaman lintas agama dan nilai sejarah.
- Kolaborasi antara pemerintah, pengelola, dan masyarakat lokal dalam menciptakan program wisata berbasis pemberdayaan ekonomi.

- c. Pengembangan jaringan destinasi religi yang terintegrasi untuk memperluas jangkauan wisatawan domestik dan mancanegara.

2. Strategi W-O

Strategi W-O diperoleh melalui identifikasi kelemahan dan peluang yang berkaitan dengan pengembangan wisata religi di Kota Semarang. Strategi ini ditujukan untuk mengatasi keterbatasan yang ada dengan cara memanfaatkan peluang eksternal secara efektif agar potensi wisata religi dapat berkembang lebih optimal. Strategi W-O yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Peningkatan kapasitas pengelola wisata melalui pelatihan manajemen dan pelayanan berbasis teknologi.
- b. Optimalisasi fasilitas publik serta inovasi kegiatan wisata religi agar tidak bergantung pada momen keagamaan tertentu.
- c. Integrasi sistem promosi digital antar destinasi untuk meningkatkan citra pariwisata Kota Semarang.

3. Strategi S-T

Strategi S-T diperoleh dari hasil analisis antara kekuatan internal dan ancaman eksternal yang dihadapi pada pengembangan wisata religi di Kota Semarang. Strategi ini diarahkan untuk

memanfaatkan keunggulan yang dimiliki guna mengurangi dampak dari berbagai ancaman yang dapat menghambat perkembangan sektor pariwisata. Strategi S-T yang dapat diterapkan meliputi:

- a. Penguatan citra Kota Semarang sebagai kota wisata religi toleran melalui *branding* dan *event* lintas budaya.
- b. Pengelolaan kebersihan dan kelestarian lingkungan destinasi dengan melibatkan masyarakat dan pemerintah.
- c. Penyelenggaraan kegiatan keagamaan reguler untuk menjaga stabilitas kunjungan wisata di luar musim perayaan besar.

4. Strategi W-T

Strategi W-T diperoleh melalui analisis terhadap kelemahan internal dan ancaman eksternal yang dihadapi dalam pengembangan wisata religi di Kota Semarang. Strategi ini memiliki tujuan miminimalisir kelemahan yang tersedia sekaligus mengantisipasi risiko/ancaman yang dapat menghambat keberlanjutan pariwisata religi. Strategi W-T yang dapat dirumuskan yaitu:

- a. Pembenahan tata kelola destinasi melalui koordinasi terpadu antar lembaga dan komunitas pengelola.

- b. Peningkatan inovasi produk wisata religi agar mampu bersaing dengan destinasi lain secara berkelanjutan.
- c. Penerapan standar pelayanan dan kebersihan yang konsisten guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan.

Analisis Deskriptif Evaluatif Pengembangan Wisata Religi di Kota Semarang

Analisis deskriptif evaluatif merupakan tahap lanjutan setelah proses perumusan strategi pengembangan wisata religi di Kota Semarang. Tahap ini bermaksud guna menilai dan menentukan kebijakan mana yang paling strategis, realistik, dan dapat diimplementasikan secara efektif berdasarkan hasil analisis SWOT.

Analisis ini dilakukan melalui pemberian kuesioner kepada Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, mengingat perannya yang strategis dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan pengembangan pariwisata, termasuk wisata religi. Informan ini dinilai mampu merepresentasikan perspektif kelembagaan pemerintah daerah serta menyediakan data dan informasi yang relevan. Berdasarkan hasil kuesioner, diperoleh gambaran bahwa strategi yang paling relevan untuk

pengembangan wisata religi di Kota Semarang yaitu:

1. Penguatan Promosi Wisata Religi Berbasis Digital
2. Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia dan Profesionalitas Pengelola Wisata
3. Pengembangan Kegiatan Wisata Berbasis Budaya dan Edukasi

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa strategi penguatan promosi wisata religi berbasis digital menempati posisi paling strategis dalam pengembangan wisata religi di Kota Semarang karena memiliki kelayakan, dampak, dan kemudahan implementasi yang tinggi serta mampu meningkatkan citra destinasi secara luas. Strategi peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan profesionalitas pengelola berada pada prioritas kedua karena berperan penting dalam peningkatan kualitas pelayanan dan keberlanjutan pengelolaan destinasi.

Sementara itu, strategi pengembangan kegiatan wisata berbasis budaya dan edukasi menjadi prioritas ketiga yang dapat diterapkan secara bertahap untuk memperkaya aktivitas wisata dan memperkuat nilai toleransi. Secara keseluruhan, pengembangan wisata religi di Kota Semarang perlu difokuskan pada promosi digital terpadu yang diimbangi

dengan peningkatan kualitas pengelolaan dan inovasi kegiatan wisata berbasis budaya dan edukasi guna meningkatkan daya saing destinasi secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan wisata religi di Kota Semarang memiliki potensi yang besar ditinjau dari keberagaman destinasi lintas agama, nilai historis, spiritual, dan budaya yang kuat. Berdasarkan analisis pengembangan pariwisata menurut Yoeti, aspek atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan aktivitas telah tersedia namun belum sepenuhnya dikelola secara optimal dan terintegrasi, sehingga pengalaman wisata yang diperoleh wisatawan masih bersifat parsial.

Hasil analisis faktor pendukung dan penghambat menurut Sunaryo menunjukkan bahwa pengembangan wisata religi didukung oleh potensi destinasi yang beragam, dukungan kebijakan pemerintah daerah, serta meningkatnya minat wisata religi. Namun demikian, masih terdapat berbagai hambatan, seperti keterbatasan kualitas sumber daya manusia, kurang optimalnya promosi, serta lemahnya koordinasi antar pemangku kepentingan.

Berdasarkan analisis SWOT menurut Rangkuti, strategi pengembangan wisata religi di Kota Semarang yang paling strategis adalah penguatan promosi wisata religi berbasis digital, yang diimbangi dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan profesionalitas pengelola, serta pengembangan kegiatan wisata berbasis budaya dan edukasi. Penerapan strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing wisata religi, memperkuat citra Kota Semarang sebagai destinasi wisata religi multikultural, serta mendorong pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

SARAN

1. Pemerintah Daerah, khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang, diharapkan dapat memperkuat promosi wisata religi secara terpadu melalui pemanfaatan media digital dan platform daring untuk menjangkau pasar wisata yang lebih luas dan beragam.
2. Pengelola destinasi wisata religi perlu meningkatkan kapasitas dan profesionalitas sumber daya manusia melalui pelatihan, pendampingan, serta penerapan standar pelayanan yang berorientasi pada kenyamanan dan kepuasan wisatawan.

3. Pengembangan aktivitas wisata religi sebaiknya diarahkan dengan cara membuat suatu kegiatan berbasis budaya dan edukasi yang bersifat inklusif dan kolaboratif lintas agama guna memperkaya pengalaman wisata sekaligus memperkuat nilai toleransi dan pelestarian budaya lokal.
4. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji pengembangan wisata religi dengan pendekatan kuantitatif atau metode campuran, serta melibatkan lebih banyak informan dan destinasi agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyak. (2019). STRATEGI PENGELOLAAN PARIWISATA HALAL KOTA SURABAYA. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*.
- AMINUDIN, M. B. (2024). DAMPAK PENGEMBANGAN WISATA RELIGI TERHADAP KONDISI SOSIAL DAN EKONOMI MASYARAKAT (Studi Di Kawasan Makam Sapuro Kota Pekalongan). *etheses.uingusdur*.
- Amirudin, A. (2017). INOVASI PERAN PEMERINTAH DESA DALAM KEBIJAKAN PARIWISATA DI KOTA BATU. *Journal of Public Sector Innovations*, 26-32.
- Amsyari, F. (2018). Kolaborasi Antar Stakeholder Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Religi Di Makam Sunan Ampel Kota Surabaya. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*.
- Arya Wijaya, I. K., Styawati, N. A., & Rideng, I. W. (2022). Pengelolaan Wisata Religi Berbasis Kearifan Lokal: Peluang dan Tantangan Dari Perspektif Hukum. *Postgraduate Community Service Journal*, 86-91.
- Asni Gabur, M. F., & Sukana, M. (2020). Manajemen Pariwisata di Pulau Padar, Taman Nasional Komodo, Labuan Bajo. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 336-342.
- Azhaari, H. (2024). PARIWISATA RELIGI SEBAGAI PARIWISATA BERKELANJUTAN: PREFERENSI PENUNJANG EKONOMI KERAKYATAN DI KOTA SEMARANG . *Jurnal MD: Jurnal Manajemen Dakwah*, 26.
- FAUZIAH, P. N. (2024). STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA RELIGI MAKAM SUNAN AMANGKURAT I KABUPATEN TEGAL . 109.
- Fuadilah Habib, M. A., & Mahyuddin2. (2021). EVALUASI PENGELOLAAN TEKNOLOGI TPS 3R DI DESA WISATA RELIGI GUNUNGPRING KABUPATEN MAGELANG. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative* , 1-34.
- Gunawan, R. B., Supriadi, B., & Risfandini, A. (2024). STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA MUSLIM FRIENDLY DI KOTA PASURUAN. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 98-111.
- Harirah, Z., Azwar, W., & Isril1. (2021). MELAKAK EKSISTENSI

- KEARIFAN LOKAL DALAM KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA KABUPATEN SIAK DI ERA GLOBALISASI. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 70-81.
- Hendrita, V. (2017). KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KABUPATEN TANAH DATAR. *Jurnal AGRIFO*, 73-82.
- Hidayat, R., Awaluddin, M., & Candra. (2018). Implementasi Kebijakan Pariwisata Halal Di NTB (Studi Implementasi Kebijakan Peraturan Daerah Provinsi NTB No.2 Tahun 2016 Tentang Pariwisata Halal). *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 85-92.
- Laka, Y. H., & Sasmito, C. (2018). MANAJEMEN STRATEGI KEBIJAKAN PUBLIK SEKTOR PARIWISATA DI DESA PUJON KIDUL KECAMATAN PUJON KABUPATEN MALANG JAWA TIMUR PADA ERA INDUSTRI 4.0. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 28-36.
- Larassanti, E., Zaenab, & Darmaningrum, K. T. (2023). Manajemen Wisata Religi Dalam Meningkatkan Daya Tarik Terhadap Makam Mbah Zakaria di Desa Rowolaku. *Journal Of Community Development and Disaster Management*, 73-79.
- Lestari, A. A. (t.thn.). KEBIJAKAN PEMERINTAH INDONESIA DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA. *Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 171.
- Millatina, A. N., Hakimi, F., Zaki, I., & Yuningsih, I. (2019). Peran Pemerintah Untuk Menumbuhkan Potensi Pembangunan Pariwisata Halal Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 96-109.
- Muthoifin1, & Fathon, D. S. (2022). Phenomenon of the Rise of Sharia Tourism: A Case Study in Central Java Great Mosque. *International Journal of Halal System and Sustainability (InJHSS)*, 10-19.
- Nasution, T. (2021). KEBIJAKAN PARIWISATA INDONESIA PADA ERA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Analis Kebijakan*, 149-165.
- Pallewa, A. (2016). IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA PADA DINAS KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA KABUPATEN TORAJA UTARA . e *Jurnal Katalogis*, 181-192.
- PERMANA, I. S. (2021). PENGELOLAAN WISATA RELIGI MASJID AGUNG ISLAMIC CENTER PASIR PENGARAIAN KABUPATEN ROKAN HULU DI MASA NEW NORMAL . *UIN SUSKA RIAU*, 80.
- Pranandari, R. P. (2023). PERKEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI INDONESIA. *researchgate*.
- Rifaldi, A. (2022). ANALISIS PEMETAAN POTENSI WISATA RELIGI TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT (Studi Kasus Pada Makam Syekh Makhdum Wali Karanglewas Banyumas).
- SILALAHI, C. N. (2024). STRATEGI OBJEK WISATA RELIGI DALAM MENINGKATKAN MINAT PENGUNJUNG DI MASJID ISLAMIC CENTER PASIR PENGARAIAN PERSEPEKTIF

EKONOMI
repository.uin.

SYARIAH.

Widari, D. A. (2020). KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN: KAJIAN TEORITIS DAN EMPIRIS. *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata* , 3-4.